فن صحافت

صحافت کسے کہتے ہیں؟

صحافت ایک معزز پیشہ ہے۔ اخبار نویسی، صحیفہ نگاری یا جرنلزم کے دیگر ناموں سے بھی یہ معروف ہے۔ صحافت نگار،...... ''صحافی''، ''اخبار نویس'' یا ''جرنلسٹ'' کہلاتا ہے۔ صحافت ایک وسیع میدان عمل ہے۔ کچھ صحافی اس مقدس پیشہ کو ایک مکمل روزگار کی طرح اپناتے ہیں اور ''ورکنگ جرنلسٹ'' کہلاتے ہیں۔ کچھ اس مصروفیت کو جز وقتی طور پر اپناتے ہیں۔ کچھ اسے شوقیہ طور پر اپنا کر اسے ذاتی شہرت کا ایک وسیلہ بناتے ہیں یا فرصت کے اوقات میں تھوڑا بہت کما لینے کا آسان ذریعہ بنا لیتے ہیں۔ انہیں '' آزاد صحافی '' یا ''فری لانس جرنلسٹ'' Free- Lance journalist کہا جاتا ہے۔

صحافت ایک نہایت ذمہ دارانہ پیشہ ہے جس میں دماغی صلاحیتوں سے کام لینا پڑتا ہے۔ اخلاقی جرأت کی ضرورت پڑتی ہے۔ یہ ایک ایسا پیشہ ہے جو کئی قربانیوں کا طلبگار ہے۔ اسے ایک آرام بخش اور راحت افزا کام سمجھ لینا ایک بڑی غلط فہمی ہوگی۔ صحافت ایک ایسا محنت طلب فن ہے جو پوری سنجیدگی سے اپنایا جانا چاہئے۔ قلم چلانے کا فن دیکھنے میں تو آسان نظر آتا ہے مگر حقیقت میں یہ مشقت اور بھرپور رجحان کا طلب ہے۔ ہنسی مذاق یا ہلکی پھلکی تفریح کی خاطر صحافت سے

ناطہ جوڑنے کا خیال نادانی ہے۔

طب یا قانون، اتالیقی یا محاسبی، جیسے پیشوں کی طرح، یہ فن صرف کتابوں کے صفحات سے نہیں سیکھا جا سکتا ہے۔ اس فن میں مہارت کسی کلاس روم کی چاردیواری میں بیٹھ کر حاصل نہیں کی جا سکتی۔ یہ فن تجربہ کی بھٹی میں جل کر نکھرتا ہے۔ کتابیں راہ تو دکھا دیں گی لیکن راہ پر چلنا اور منزل پر پہنچنے کی کوشش کرنا راہی کا فرض ہے۔ یہ بڑی جانفشانی اور ریاضت کا کام ہے۔ کچھ لوگ اسے ایک ''پر اسرار'' دھندا سمجھتے ہیں حالانکہ اس میں ایسے خاص پوشیدہ نکتے بہت کم ہیں۔ یہ ایک مسلسلہ ہنر ہے جس میں آئے دن نت نئے خیالات، واقعات، حوادث، افکار اور تجربات سے نباہ کرنا پڑتا ہے۔ اس کی ہر بات میں ایک نیا پن ہوتا ہے اور ہر معاملہ میں کوئی خاص نوعیت ضرور جلوہ نما رہتی ہے۔ دوسروں کے تجربات سے مستفیض ہونے کی سعی ہمیشہ مفید ثابت ہوتی ہے۔ ویسے یہ طے ہے کہ صحافت ایک سحر طراز شغل ہے۔

صحافت ایک ایسا فن ہے جس میں تخلیقی قوتوں کے صحیح استعمال سے بہت کچھ حاصل کیا جا سکتا ہے۔ کئی مصنفوں نے صحافت کی تعریف مختلف انداز سے پیش کرنے کی کوشش کی ہے۔ صحافت کی جامع تعریف مختصر جملوں میں پیش کرنا مشکل ہے۔ میاتھیو آرنالڈ نامی مشہور انگریزی ادیب نے صحافت کی تعریف یوں کی تھی: ''صحافت عجلت میں لکھا گیا ادب ہے۔'' Journalism is Literature in a hurry جدید صحافی اس تعریف سے متفق نہیں ہو سکیں گے کیونکہ اس میں ایک طرح سے صحافتی پیشہ کی تذلیل ہے۔ غور سے دیکھا جائے تو ادب ایک علاحدہ شے ہے اور

صحافت ایک بالکل جدا میدان عمل ۔ دونوں کے درمیان ایک واضح خط کھینچنا کوئی مشکل کام نہیں ہے۔ ادبی تحریروں میں ایک ادیب اپنے ہی نظریات ،خیالات یا احساسات کا عکس پیش کرتا ہے جبکہ ایک صحافی اپنی ہمعصر دنیا کی ترجمانی کرتا ہے، اپنے ماحول کی عکاسی کرتا ہے،تازہ رائے عامہ کی نباضی کرتا ہے،وہ مختلف زاویۂ نگاہ کی نمائندگی کرتا ہے، متعدد انداز فکر کا جائزہ پیش کرتا ہے،جدا جدا جذبات کا نچوڑ قارئین کے سامنے لانے کی کوشش کرتا ہے۔ادب کے لیے وقت کی کوئی خاص قید مقرر نہیں ہوی، جب کہ صحافت کو ہمیشہ وقت کی تیز رفتاری کا ساتھ دینا ہوتا ہے۔ ادب وقت کی زنجیروں میں جکڑا ہوا نہیں ہے۔ایک افسانہ نگار چاہے تو ایک افسانہ لکھنے میں پانچ ماہ گزار دے ایک شاعر چاہے تو ایک غزل سات ماہ میں لکھے، ایک ناول نویس اپنے ناول کی تخلیق میں ممکن ہے اپنی عمر ہی گزار دے ۔مگر صحافت میں وقت کی بہت بڑی اہمیت ہے ۔ایک منٹ بلکہ ایک سیکنڈ کی تاخیر سے کام بگڑ سکتا ہے۔ ایک ایک لمحہ کی اپنی خاص قوت ،نسبت اور وقعت ہوا کرتی ہے۔ صحافت در حقیقت وقت کے ساتھ ایک جنگ ہے جو ہر اخبار کے دفتر میں ہر دن ہر گھڑی لڑی جاتی ہے اور لڑی جاتی رہے گی ۔بعض اوقات ایسا بھی ہوتا ہے کہ ادب اور صحافت کا چولی دامن کا ساتھ ہوتا ہے۔ ادب کی تاریخ کے صفحات گواہ ہیں کہ کئی مقبول اور مؤخر ادیبوں نے اپنی تخلیقات کے ذریعہ صحافت کی قسمت سنواری ہے اور کئی مشہور صحافی ایسے بھی گزرے ہیں جن کا ادب کی تاریخ میں قابل ذکر اور قابل فخر مقام ہے۔ صحافت اولوالعزمی کی مقتضی ہے اس میں بلند ہمت کی ضرورت ہے۔ اعتماد اور

دلیری سے اس میں کامیابی کی راہیں کشادہ ہوتی جاتی ہیں۔

صحافت کی تعریف

فن صحافت کی ایک عمدہ کتاب ''ایکسپلورنگ جرنلزم'' کے امریکی مصنفین رولینڈ، ای، اولز لے اور لارنس، آر، کیمپ بیل نے صحافت کی مختصر مگر جامع تعریف ان الفاظ میں کی ہے:

''صحافت جدید وسائل ابلاغ کے ذریعہ، عوامی معلومات، رائے عامہ، اور عوامی تفریحات کی باضابطہ اور مستند اشاعت کا فریضہ ادا کرتی ہے۔''

Journalism is the systematic and Reliable dissemination of public information , public opinion , and public Entertainment by modern mass media of Communication.

یہ صحیح ہے کہ اخبارات نہ صرف اطلاعات بہم پہنچاتے ہیں بلکہ کسی ہم متنازعہ مسئلہ پر رائے عامہ کی تشریح یا تفسیر بھی کرتے ہیں۔ اخبارات کی یہ توضیحی خدمات، فن طباعت کی مقبولیت کے زمانے سے قبل کے دنوں میں بھی نمایاں اور یکساں مروج تھیں۔

یورپ کی تاریخ کے صفحات گواہ ہیں کہ وہاں ایک ایک حویلی سے دوسری حویلی، ایک محل سے دوسرے محل اور ایک بادشاہ سے دوسرے بادشاہ تک خبریں لے جانے والے گشتی درویش تھے جو مستقل طور پر یہاں سے وہاں نئی معلومات کی ترسیل کا کام

خوش اسلوبی سے انجام دیتے تھے۔کہا جاتا ہے کہ یہ خانہ بدوش شاعر یا یچی گویے اکثر و بیشتر کافی چالاک، زندہ دل اور حاضر جواب ہوتے تھے۔ جو بھی نئی اطلاع وہ کسی امیر یا نواب یا حاکم کو سنانا چاہتے تھے۔بعض ایسے مخبر بھی تھے جو ناچ ناچ کر نغمات کی صورت میں تازہ ترین اہم معلومات کی تفصیلات کی نشر و اشاعت کرتے تھے۔ایسی معلومات افزا خدمات کے عوض وہ انعام و اکرام سے بھی مستفیض ہوتے تھے عموماً یہ مغنی عجیب و غریب طرز کی بانسری لے کر گلی گلی گھوما کرتے تھےاور بڑی فراست سے نئی نئی باتیں معلوم کرتے تھے۔دیگر معنوں میں یہ ''بھاٹ'' یا ''ڈوم'' یا '' گویے'' تقریباً وہی کام اپنے مخصوص طریقہ سے کرتے تھے، جو آج کل اخباری نمائندے ترتیب اور توقیر کے ساتھ جدید طریقوں پر کر رہے ہیں۔

عام خیال ہے کہ صحافت کسی بھی مستقل طور پر قائم شدہ اخبار کے لیے صحیفہ نگاری میں مصروف رہنے کا اجتماعی نام ہے۔ رسائل کے لیے باقاعدہ ملازمت کرنے والے بھی اپنے آپ کو صحافی کہتے ہیں۔ رفتہ رفتہ صحافت یا ''جرنلزم'' کا جامع اور وسیع نام طباعتی میدان سے آگے نکل کر برقیاتی میدان میں بھی کافی مقبول ہو گیا ہے۔ مثلاً ریڈیو مراکز میں کام کرنے والے اور خصوصاً خبروں کی تدوین اور نشر و اشاعت سے متعلق افراد ''ریڈیو جرنلسٹ'' کہلانا زیادہ پسند کرتے ہیں۔ ٹیلی ویژن کی خبروں سے متعلق افراد اپنے آپ کو ''ٹی وی جرنلسٹ'' کہتے ہیں۔فلمی رسائل کے لیے مصروف رہنے والے ''فلم جرنلسٹ'' کا لقب زیادہ استعمال کرتے ہیں۔تشہیر بازی میں مصروف افراد بھی اپنا عہدہ صحافی یا جرنلسٹ بتاتے ہیں۔ممکن

ہے کہ وہ ''جرنلسٹ'' کے خطاب یا وصف میں انوکھا وقار یا رعب کا عنصر پاتے ہوں۔ ویسے بھی صحافت ایک مہذب یا معزز یا پیشہ اشراف کے نام سے دنیا بھر میں زیادہ مشہور و معروف ہے۔ لفظ ''صحافت'' میں ایک نرالی جادوئی کیفیت پائی جاتی ہے۔

صحافت کی ابتدائی چھوٹی موٹی کتابوں کی اشاعت سے ہوئی جنہیں عرف عام میں کتابچہ یا پمفلٹ کہا جاتا ہے۔ جرنلسٹ سے پہلے اس پیشہ کا نام مغربی ممالک میں پمفلٹیر ''Pamphleteer'' یعنی ''پمفلٹ باز'' تھا۔ مختصر کتابوں کے ذریعے نئی باتیں عوام تک پہنچائی جاتی تھیں۔ آگے چل کر بڑی کتابوں سے یہی کام لیا جانے لگا۔ کسی بھی اہم مسئلہ پر رائے عامہ کو متاثر کرنے کے لیے چھوٹی چھوٹی کتابیں چھاپ کر فروخت کی جاتی تھیں۔ پڑھے لکھے عوام اور خواص ان مطبوعہ کتابوں یا کتابچوں کو خرید کر اور پڑھ کر تازہ تفصیلات سے متعارف ہوتے تھے۔ اکثر و بیشتر ایسے مختصر اور غیر مجلد رسالے عیسائیوں کے متنازع فیہ معاملات پر بڑے زور و شور سے شائع ہوتے تھے۔ دینی جھگڑوں کی اگر علاحدہ تاریخ ترتیب دی جائے تو ایسے سینکڑوں پمفلٹوں کا تذکرہ اور جائزہ ضروری ہو جائے گا۔ رفتہ رفتہ ایسے مختصر رسالے مسیحی تنازعات کے چکر سے باہر نکل کر عام سماجی، علمی، ثقافتی اور دیگر اہم معاملات پر بھی توجہ دینے لگے۔ عموماً ایسے کتابچے دینی معاملات کی حمایت میں یکطرفہ ہوا کرتے تھے۔ جب خبروں کی اشاعت عام ہونے لگی تو یہ ضروری ہو گیا کہ جو بھی خبر چھاپی جائے پوری دیانت داری کے ساتھ چھاپی جائے اور یہ ہر طرح

کے تعصب یا جانب داری سے پاک ہو۔ اور جب کبھی کسی بحث طلب معاملہ پر روشنی ڈالنے کی ضرورت پڑی تو یہ ناگزیر ہو گیا کہ کسی بھی متنازع فیہ معاملہ کے دونوں رخ قارئین کے سامنے پیش کیے جائیں۔ یعنی ناشرین کو قدیم تشہیری کتابچوں کی روش سے بالکل جداگانہ راہ اختیار کرنی چاہیے۔ اخبارات غیر متعصب اور زیادہ با مقصد ثابت ہونے لگے۔ مدیر کی رائے خبر کی تفصیل کے ساتھ نہیں بلکہ ایک اور علاحدہ اور مخصوص جگہ شائع ہونے لگی اور اس تحریر کو ''اداریہ'' یعنی ''ایڈیٹوریل'' Editorial کا نام دیا گیا۔ تمام حقائق اور ضروری توضیح کے ساتھ اپنی رائے قائم کر کے مناسب و معقول الفاظ میں اس کا اظہار مدیر کی اہم او ہر مقدس ذمہ داری قرار دی گئی۔ قارئین کو بھی موقع فراہم کیا گیا کہ کسی بھی مسئلہ پر وہ مدیر کی شرح کے ساتھ موافقت یا مخالفت کا رویہ پہچان کر اپنی خود کی رائے قائم کر لیں آج کل یہ ایک عالمگیر بات ہے۔ مشہور سیاسی جماعتوں کے زیر اہتمام شائع ہونے والے کثیر الاشاعت اخبارات بھی یہی رویہ اختیار کرتے ہیں کہ جو بھی خبر ہوتی ہے وہ جوں کی توں شائع کر دی جاتی ہے مگر اداریہ کے ذریعے عوامی رائے پر اثر ڈالنے کی کوشش کی جاتی ہے۔

صحافت کی صحیح خدمت صرف خبروں کو جمع کر کے شائع کر دینے کے ساتھ ختم نہیں ہو جاتی۔ صحافت کی کئی اور اہم ذمہ داریاں ہیں۔ صحافت کی ہمیشہ یہ کوشش رہتی ہے۔ کہ عوام شائع شدہ خبروں کی صداقت پر پورا پورا ایمان رکھیں۔ صحافت کا فرض ہے کہ وہ صرف حق پر مبنی خبروں کی اشاعت کرے۔ خبروں کا سو فی صد صحیح اور

معتبر ہونا بہت ضروری ہے۔ یہ دیکھ لینا اہم ہے کہ جو بھی خبر شائع کی جاری ہے وہ عوام کے مفاد کے لیے شائع ہو رہی ہے۔ دلچسپی بڑھانے کے لیے غلط نیت سے خبروں کی صداقت میں خرد برد نا قابل معافی غیر اخلاقی فعل ہے۔ صحافت کی ایک اہم ذمہ داری یہ ہے کہ ہر خبر ہر حال میں درست اور مستند ہو۔

ہمعصر سماج میں تغیر اور تبدل کی ذمہ داری بھی صحافت ہی کی ہے۔ صحافی سماج کا نہ صرف نمائندہ ہوتا ہے بلکہ جواب دہ نقاد بھی ہوتا ہے۔ حالیہ واقعات پر صحافی کی نظر سرسری نہیں بلکہ بہت زیادہ گہری ہونی ضروری ہے۔ صحافی پر یہ فرض ہے کہ وہ سماج کے حالات پر بعض اوقات وہم وگمان سے بھی کام لے۔ وہ سرکاری فیصلوں تک کو بدگمانی کی نظر سے دیکھے۔ جب تک صحافی معاملات کو تاکتے رہنے کا عادی نہیں ہوتا اور اس کی کامیابی تشنہ رہ جاتی ہے۔ ہر معاملہ کو ''شک وشبہ'' کی نظر سے دیکھنے پر ہی، صحافی اندرونی حالات کو جاننے کے لیے مضطرب ہو سکتا ہے۔ اگر وہ ہر سرکاری اعلان یا فیصلہ کو معتقدانہ نظر سے دیکھنے لگ جائے تو وہ حکومت کا طرفدار سمجھا جائے گا اور جمہوری طرز نظام میں ایسے صحافیوں کو اچھی نظر سے نہیں دیکھا جاتا۔ ہر اچھی چیز کی جائز تعریف وتوصیف کی جائے مگر عوامی بہبودی کا خیال بالاتر رکھتے ہوئے، تنقید سے اپنی بیداری کا ثبوت دینا کسی بھی جمہوری صحافی کا جائز رویہ سمجھا جاتا ہے۔ اس اصول کا یہ مطلب ہرگز نہیں کہ ہر معاملہ میں حکومت پر نکتہ چینی کی جائے بلکہ مقصد یہ ہے کہ جمہوریت میں اخبارات کا ہمیشہ بیدار رہنا اور سرکاری سرگرمیوں پر کڑی نگاہ رکھنا ضروری ہی نہیں کہ ایک اہم ذمہ داری ہے۔ کسی بھی مسئلہ

کی گہرائی جانچنے کی کوشش جدید صحافی کی جواب داری ہے جس سے وہ فرار حاصل نہیں کرسکتا۔ ترقیاتی کوششوں کی کامیابی سے عوام کو روشناس کرانا بھی جدید صحافی کی عظیم ذمہ داری ہے۔ ملک میں جو سماجی اور اقتصادی تبدیلیاں رونما ہو رہی ہیں ان کی صحیح تصویر قارئین کے لیے فراہم کرنا بہت ضروری ہے۔ جو بات واقعی اچھی ہے اس کی بجا طور پر تعریف و توصیف کی جائے اور جو غلطیاں سرزد ہو رہی ہیں اس پر زوردار لہجہ میں آواز اٹھانا بجا ہے۔ ایسے معتدل رویہ سے صحافت کی خدمت مناسب طور پر ادا ہوتی ہے۔

ریڈیو اور ٹیلی ویژن کی بڑھتی ہوئی مقبولیت کے باوجود، اخبارات کی اہمیت اور وقعت باقی ہے جو ایک قابل شکر حقیقت ہے۔ خبروں کی اشاعت میں اخبارات کی عزت، حرمت اور ہر دلعزیزی واقعی اطمینان کی موجب ہے۔ مگر دیگر ممالک کے مقابلے میں ہندوستان میں آئندہ کئی برسوں تک اخبارات کا یہ باوقار مقام جاری ہی نہیں بلکہ مستحکم بھی رہے گا۔ حکومت، نیم سرکاری ادارے اور عوام آج بھی اخبارات کو اہمیت دیتے ہیں۔ ترقی یافتہ ممالک کے حالات جدا ہیں۔ ہندوستان جیسے مائل بہ ترقی ملک میں مطبوعہ اخبارات کی تعداد میں اضافہ اور عام قبولیت کا سلسلہ جاری رہے گا۔ یہ حقیقت ہے کہ اخبارات نہ صرف خبریں شائع کرتے ہیں بلکہ خبروں کی ضروری تفسیر بھی فراہم کرتے ہیں۔ بڑی خوبی سے قارئین کے لیے خبروں کا پس منظر پیش کیا جاتا ہے، افہام و تفہیم میں مدد دی جاتی ہے۔ ہمارے ملک میں ریڈیو اور ٹیلی ویژن چونکہ سرکاری ادارے ہیں اس لیے عام خیال یہ ہے کہ وہ عموماً خبروں کی

ترجمانی میں مکمل غیر جانب داری سے کام نہیں لے پاتے۔ اس وجہ سے بھی عوام اخبارات میں آنے والی خبروں پر نسبتاً زیادہ اعتماد کرتے ہیں۔ حالات اور واقعات کی جتنی صحیح ترجمانی اخبارات کر سکتے ہیں وہ ریڈیو اور ٹیلی ویژن مراکز کے لیے ناممکن نہیں تو مشکل ضرور ہے۔ کافی ترقی یافتہ ممالک میں بھی ریڈیو اور ٹیلی ویژن کی عمدہ ترین خدمات کے باوجود، عوام اخبارات پر زیادہ انحصار کرتے ہیں اور اخبارات کی تعداد اشاعت میں کوئی خاص کمی واقع نہیں ہوئی ہے۔ اخبارات عوامی تحریکات کی حمایت کرتے ہیں۔ وہ کسی بھی حق پرست اور انصاف پسند مہم کا ساتھ دیتے ہیں۔ رشوت ستانی، غبن اور جعلسازی کے واقعات کا پردہ فاش کرتے ہیں۔ کبھی کبھی اخبارات کے نمائندے کسی جرم کا بھانڈا پھوڑنے کے لیے جاسوس کی خدمات بھی انجام دیتے ہیں۔ رشوت خور، اقربا پرور یا بدنیت سیاست دانوں کے لیے ہتھکنڈوں کا راز صحافی عوام کے روبرو لاتے ہیں۔ ظالم یا غیر مقبول سرکاری افسران کی غلط کاریوں کی تفصیلات، اخبارات کے صفحات پر عیاں ہوسکتی ہیں، ریڈیو کی لہروں پر یا ٹیلی ویژن کے پردے پر نہیں۔ پولیس کی قہر آلود زیادتیوں کا تذکرہ اخبارات میں ممکن ہے۔ قیدیوں پر یا یتیم خانوں میں یتیموں پر یا اسپتالوں میں مریضوں پر، ڈھائے جانے والے مظالم اور اسی نوعیت کی متعدد بدعنوانیوں کا بھانڈا اخباری نامہ نگار پھوڑ سکتے ہیں تحقیقاتی نامہ نگاری اخبارات ہی کا حصہ ہے اور اس معاملہ میں ریڈیو اور ٹیلی ویژن اخباروں سے مقابلہ میں، ہمیشہ پیچھے رہ جاتے ہیں۔

اخبارات کے ذریعہ تجارت، صنعت و حرفت اور دیگر فائدہ مند مصروفیات کا

فروغ ممکن ہے۔ اشتہارات اور اشتہارچوں کے ذریعہ اخبارات نئ مصنوعات کا تعارف کراتے ہیں عام آدمی کسی بھی نئ ایجاد یا انکشاف سے سب سے پہلے اخبارات ہی کے ذریعہ ضروری معلومات حاصل کرتا ہے۔ اخبارات کے مختلف صفحات ہمعصر سماج کی مختلف خدمات انجام دیتے ہیں ۔ سرمایہ لگانے اور منافع کمانے کے معاملات میں صلاح ومشورہ دینے میں اخبارات پیش پیش رہیت ہیں۔ تجارتی معاملات میں جتنی مدد اخبارات سے حاصل ہوتی ہے۔ وہ ریڈیو اور ٹیلی ویژن سے حاصل نہیں ہوا کرتی۔ اخبارات علم اور تفریح دونوں فراہم کرتے ہیں ۔ سائنس، طب، حفظان صحت، خانہ داری، کشیدہ کاری، نجوم اور دیگر کئی موضوعات پر معلوماتی فیچر اخبارات کی زینت ہوتے ہیں۔ ہفتہ وار ایڈیشن کے ذریعہ خاندان کے تقریباً سبھی افراد کے لیے مقالات اور تفریحی مواد کی اشاعت اخبارات کی ممتاز خصوصیت ہے کسی بھی معاشرے میں اخبارات کی ایک مخصوص طاقت ہوتی ہے۔ جو اپنا جداگانہ اثر رکھتی ہے۔ اخبارات کی تاریخ گواہ ہے کہ اخبارات نے حکومتیں قائم کی ہیں، کئی حکومتوں کو استحکام بخشا ہے اور کئی حکومتوں کو جڑ سے اکھاڑ پھینکا ہے۔ مشہور مورخ ، ایچ ، جی ، ویلز نے ایک جگہ لکھا ہے کہ روم کی طاقتور حکومت اس وجہ سے بھی دیر پا نہ رہی کہ اس زمانہ میں اخبارات عام نہ تھے۔ مشہور فاتح نپولین بونا پارٹ کو اخبارات کی طاقت کا صحیح علم تھا۔ ان کا قول تھا کہ ”تین مخالف اخباروں سے ایک ہزار بندوقوں سے بھی زیادہ خوف کھانا چاہئے۔“ ایک مشرقی محاورہ ہے کہ ”چھوٹے حکمران، شہنشاہ اکبر کی تلوار سے زیادہ ابوالفضل کے قلم سے خوفزدہ تھے۔“

ہندوستان کی حالیہ تاریخ میں گوپال کرشن گوکھلے کی مثال پیش کی جاسکتی ہے، جنہوں نے اپنے اخبارات کی آواز کو کافی مضبوط بنالیا تھا۔ لوکمانیہ بال گنگا دھتر ملک کے اخبارات ''کیسری'' اور مرہٹہ'' سے انگریز حاکم ہمیشہ لرزاں رہا کرتے تھے۔ مولانا ابوالکلام آزاد کے اخبار ''الہلال'' کی تحریروں کا اثر دیکھ کر فرنگیوں کے کلیجے کانپ جاتے تھے۔ ہندوستان کے کئی اخبارات اپنے گرج دار اداریوں کی وجہ سے برطانوی حکومت کے لیے سوہان روح تھے۔ اخبارات کی اہمیت قانون سازا اسمبلیوں، حکومتوں اور عدالتوں سے کم نہیں ہے۔ جمہوریت کے اہم ترین ارکان پارلیمانی ادارے اور اخبارات ہیں۔ ان دونوں کے غیر کسی حکومت کا نظام درہم برہم ہوسکتا ہے۔ اخبارات کی سیاسی قوت ایک ایسی اٹل حقیقت ہے جس سے بالکل انکار نہیں ہوسکتا۔ کسی بھی معقول عوامی محاذ کو اخبارات ہی کی موافقت اور حمایت سے جائز کامیابی حاصل ہوسکتی ہے۔ ہندوستان کی آزادی کے حصول میں اخبارات کا ایک تاریخی کردار رہا ہے۔ یہ کہنا غلط نہ ہوگا کہ اخبارات ہی کی وجہ سے ہمارے ملک کو آزادی نصیب ہوئی کیونکہ تمام قومی تحریکوں کو اخبارات کی مکمل حمایت حاصل تھی۔ اگر انگریزوں کی ملکیت میں شائع ہونے والے اخبارات کی طرح ہندوستانی اخبارات بھی انگریزوں کے وفادار رہتے تو شاید آزادی کا شورج ملک میں طلوع ہی نہ ہو پاتا۔ قوم پرست اخبارات نے آزادی کے نعروں کو بھرپور اہمیت اور مقبولیت عطا کی تھی۔ ہندوستان کی آزادی کی تاریخ ہندوستان اخبارات کی حمایت کا ذکر اور ان کی مدد کے اعتراف کے بغیر نامکمل سمجھی جائے گی۔ ہندوستانی اخبارات اپنی اس

عظیم، نا قابل فراموش اور تاریخ ساز خدمت پر جتنا بھی ناز کریں کم ہے۔

آج دنیا بھر میں کم و بیش آٹھ ہزار روزانہ اخبارات شائع ہوتے ہیں جن کو مجموعی تعداد اشاعت کروڑوں میں بتائی جاتی ہے۔ ہمعصر دنیا میں کوئی بھی ایسا ملک نہیں ہے، جہاں سے روزانہ اخبار شائع نہیں ہوتا۔

اخبارات ذات خود کسی معاشرہ کی تخلیق نہیں کرتے بلکہ وہ کسی بھی معاشرہ کی صحیح عکاسی کر سکتے ہیں اور صحیح خطوط پر ہر طرح سے معاشرہ کی رہنمائی اور مدد کر سکیت ہیں۔ مقامی اخبارات، مقامی حالات اور واقعات کا صحیح جائزہ لے کر معاملات کی بہتری کے لیے جائز اور ضروری خدمات انجام دے سکتے ہیں۔

صحافت ایک انتہائی دلکش ذریعہ روزگار ہے۔ صحافی ہمعصر تاریخ نویس ہیں۔ اخبار نویس عوام کی آنکھیں، کان اور اضطرابی ضمیر ہیں۔ سماج میں صحافیوں کا ایک باوقار مقام ہے۔ ایک مثالی اخبار نویس وہ ہے جو قدیم علوم سے واقف ہے اور جدید فلسفوں کا ماہر ہے، جس کا دماغ سائنسی ہے اور ایک انجینئر کی طرح تخلیقی قوتوں کا مالک ہے، جو ہمعصر سیاسی اور اقتصادی حالات اور تغیرات پر عبور رکھتا ہے اور سینکڑوں سطور میں دی جانے والی تفصیلات کو مختصر ترین الفاظ میں سہولت اور روانی کے ساتھ تحریر کر سکتا ہے۔ صحافت ایک ایسی باعزت مصروفیت ہے جس کا شہرہ عالمگیر ہے اور ایک مستقل اخبار نویس اپنے پیشہ پر بجا طور پر ناز کر سکتا ہے۔ صحافت کی عظمت تسلیم شدہ ہے۔ دنیا کی اہم ترین اور عظیم ترین ہستیوں نے اس باوقار پیشہ کی طاقت اور امکان کا اعتراف کیا ہے۔ صحافت ترقی کی نقیب اور مستقبل کی تصویر

ہے۔صحافت کا اپنا حجم ہےاور معاشرہ کے لیے اخبار آب حیات سے کم نہیں۔اخبار نویس ایک انتہائی وقیع خدمت انجام دیتا ہے۔صحافت ایک باوصف،وسیع اور مفید منصب ہے۔صحیفہ نگاری کے لیے جو وصف اور مادہ ضروری ہے وہ ارباب علم وفضل میں عموماً پایا جاتا ہے۔آزادخیالی اور بصیرت صحافت کے اہم عناصر مانے جاتے ہیں۔ہندوستان میں حصول آزادی سے قبل صحافت بحیثیت ذریعہ معاش حوصلہ مند نوجوانوں کے لیے کوئی خاص کشش نہیں رکھتی تھی۔اس زمانہ میں مالی اعتبار سے یہ پیشہ بےفیض اور سیاسی حیثیت سے خطرناک سمجھا جاتا تھا۔مگر آزادی کے بعد صحافیوں کی اقتصادی حالت میں زبردست انقلاب آیا ہےاور صحافت کو ادنیٰ نہیں بلکہ ایک بہت ہی اعلااور ارفع پیشہ کہا جاتا ہے۔اس کا حال بھی روشن ہے اور مستقبل تو روشن ترین کہا جاسکتا ہے۔استقلال،بلند اخلاق اور وسیع النظری کے ساتھ صحافی اس محترم فن میں کامیابی حاصل کرکے سرخ رو ہوسکتے ہیں۔صحافت کا دروازہ ہمیشہ کھلا رہتا ہے۔کوئی بھی فرد جو صحافتی انداز میں تحریر کا ماہر ہو وہ اس میں داخل ہوکر فن پر قدرت حاصل کرکے کامیاب ہوسکتا ہے۔

صحافت کی مختصر تاریخ

خبروں کی فروخت کا سلسلہ زمانۂ قدیم سے چلا آرہا ہے۔جیسے جیسے شہر اور تجارتی معاملات ترقی پاتے گئے عوام کو خبروں کی ضرورت کا احساس ہونے لگا۔وہ پاس پڑوس کے مقامات کے حالات کی تفصیلات سے آگاہ ہونے میں ضروری دلچسپی

لینے لگے۔ نزدیکی مقامات کے نئے احوال جاننے کے بعد وہ دور دراز مقامات کی نئی باتوں کی واقفیت حاصل کرنے میں مزید دلچسپی کا اظہر کرنے لگے۔ صحافت کی ذمہ داری پہلے پہل طباعت گھر کے مالکوں نے سنبھالی۔ وہ اخباری اطلاعات کے لیے سیاحوں سے ملاقات کرتے اور بات چیت کے ذریعے متعلقہ مقامات کی تازہ تفصیلات حاصل کرنے کی کوشش کرتے۔ یہ ابتدائی صحافی، تاریخ کے صفحات پر ''پمفلٹ باز'' کے نام سے یاد کیے جاتے ہیں کیونکہ یہ چھوٹے کتابچوں کے ذریعہ نئی نئی معلومات کی نشرواشاعت کا بیڑہ اٹھاتے تھے۔

لندن کے تقریباً ایک درجن پبلشروں (ناشروں) نے 1622ء میں اپنی ایک انجمن ترتیب دی اور یہ اہتمام کیا کہ ایک دوسرے کو خبریں تبادلہ میں بہم پہنچائی جائیں۔ اس طرح ہر پبلشر کو زیادہ سے زیادہ خبریں مہیا ہونے لگیں اور وہ اپنے اخباری کتابچے ہر ہفتہ شائع کرنے میں کامیاب ہوئے۔ شروع شروع میں ایسے غیر مجلد رسالوں میں غیر ملکی خبروں کو زیادہ اہمیت دی جاتی تھی۔ رفتہ رفتہ مقامی اور سیاسی تفصیلات بھی ایسے کتابچوں میں جگہ پانے لگیں۔ زبانی گفت وشنید سے مقامی سیاسی خبروں پراگندہ ہوا کرتی تھیں۔ جب مطبوعہ تفصیلات آنکھوں کے سامنے آنے لگیں تو خواص کے علاوہ عوام بھی ایسے اہم معاملات میں خاصی دلچسپی لینے لگے اور ایسے معلوماتی کتابچوں کی فروخت مسلسل اضافہ ہونے لگا۔ ایسے کتابچوں کی روز افزوں مقبولیت نے گویا روزانہ اخبار کے لیے راہ ہموار کی۔

لندن کا پہلا روزانہ اخبار ''لندن ڈیلی کورانٹ'' The London daily

Courant کے نام سے سب سے پہلے 1702ء میں منظر عام پر آیا۔

اٹھارویں صدی میں طباعت کی مشینوں میں کافی عمدگی آئی۔ ڈاک لے جانے والی گھوڑا گاڑیاں بھی زیادہ سے زیادہ تعداد میں دوڑنے لگیں۔خبروں کے جمع کرنے میں زیادہ آسانیاں رونما ہوئیں۔ اخبارات کی اشاعت کی تعداد میں مسر ورکن اضافہ ہونے لگا۔صحافت نے پبلشروں کی جزوقتی تفریح سے آگے نکل کر ایک باضابطہ پیشہ کی حیثیت اختیار کر لی۔ اخبار مغربی یوروپی ممالک اور امریکہ میں ایک اہم سماجی ضرورت سمجھا جانے لگا۔

اس زمانہ کے بادشاہ اور دیگر حکمراں صحافت کی بڑھتی ہوئی مقبولیت سے ناخوش تھے۔وہ آزادہ رائے کا اظہار کرنے والے اخبارات کی بے باکی سے نالاں تھے۔انہیں یہ احساس تھا کہ ایسے واقعات کی تفصیلات اخبارات میں شائع ہونے لگی تھیں جو عام حالات میں محلوں اور ایوانوں کی چاردیواری ہی میں محدود اور پوشیدہ رہا کرتی تھیں۔ اخبارات کے مدیران کو اعلانیہ رشوت دی جانے لگی۔ جو اخبار نویس رشوت لینے سے انکار کرنے لگے انہیں طرح طرح سے ستایا جانے لگا بلکہ انہیں قید خانوں میں ڈال کر سڑایا گیا۔کئی ممالک میں یہ قانون رائج کر دیا گیا کہ بغیر لائسنس حاصل کیے کوئی بھی اخبار شائع نہیں کر سکتا۔ جہاں آمرانہ حکومتیں قائم نہ تھیں وہاں بھی حکمراں طبقہ کا یہ خیال تھا کہ سرکاری معاملات میں صرف چند تعلیم یافتہ افراد یا دانشور دلچسپی لیں اور عام آدمی کا ہر معاملہ سے واقف رہنا چنداں ضروری نہیں ہے۔ اخبارات کی پہنچ صرف چند افراد تک محدود کرنے کی غرض و غایت سے اخبارات پر

بھاری ٹیکس لگایا گیا تا کہ گرانی کی وجہ سے عام آدمی اخبار خرید نہ سکے۔ خصوصاً انگلستان میں ایسے ٹیکس کی شرح کافی زیادہ تھی۔ یہاں تک کہ 1815ء میں لندن کے مشہور و معروف اخبار ''دی ٹائمز'' کی تعداد اشاعت روزانہ پانچ ہزار کاپیوں سے زیادہ نہ تھی۔ ایک پرچہ کی قیمت ساتھ پنس تھی جس میں ٹیکس کے چار پنس شامل تھے یعنی تین پنس کے اخبار پر چار پنس کا ٹیکس عائد تھا۔

انیسویں صدی کے وسط میں کچھ خوشگوار تبدیلیاں رونما ہونے لگیں۔ سیاسی آزادی کے رجحانات زور پکڑنے لگے۔ عوام میں بیداری کے جذبات پروان چڑھنے لگے۔ عوام نے مطالبہ شروع کیا کہ اخبارات کو ٹیکس سے مستثنا قرار دیا جائے۔ حکومت کو اس مطالبہ کے سامنے سرخم کرنا پڑا اور اخبارات پر لگائے گئے بھاری ٹیکس ختم کر دیے گئے۔ ٹیلی گراف اور ٹیلی فون کی ایجادات کی برکتوں سے خبریں زیادہ تیز رفتاری سے اخبارات کے دفاتر میں آنے لگیں۔ چھپائی کی مشینیں بھی عمدہ تیار ہونے لگیں اور ان کی رفتار میں بھی تیزی آ گئی تھی۔ ریلوے لائنوں میں اضافہ ہونے لگا۔ اخبارات جو اکثر و بیشتر بڑے بڑے شہروں تک محدود رہ جایا کرتے تھے اب دیگر چھوٹے چھوٹے شہروں بلکہ قصبہ جات میں بھی پہنچنے لگے۔ کناڈا میں پائے جانے والے وسیع جنگلات سے لکڑی حاصل کی گئی۔ اخباری کاغذ بنانے والے کارخانے بھی مستعدی سے کام کرنے لگے۔ نتیجہ میں نیوز پرنٹ کافی مقدار میں تیار اور نہایت ارزاں داموں پر دستیاب ہونے لگا۔ یورپ اور امریکہ میں اشتہارات کو بہت فروغ حاصل ہوا اور اخبارات کو کافی آمدنی ہونے

لگی ۔ چونکہ اخبارات کی تعداد اشاعت بہت زیادہ بڑھنے لگی اخبارات کی لاگت میں بھی کمی ہوتی گئی۔ اخبارات اتنے ارزاں ہو گئے کہ معمولی مزدور یا کلرک بھی اخبار خریدنے کے قابل ہوگیا۔

ارزاں اخبارات بھی اپنے لہجوں میں سنجیدہ تھے۔ وہ شائستہ زبان میں خبریں، رائیں، مضامین اور معلوماتی فیچر شائع کرتے تھے۔ مشہور ادیب بھی اخبارات کی جانب متوجہ ہونے لگے۔ 1890ء میں ایک ناشر آلفریڈ ہارمس ورتھ (بعد میں لارڈ نارتھ کلف کے نام سے مشہور ہوئے) نے اخبارات کی اشاعت کا ایک نیا سلیقہ رائج کیا۔ امریکہ میں ولیم رانڈلف ہرسٹ نامی ناشر نے تقریباً یہی سلیقہ اپنایا اور کامیابی کے جھنڈے گاڑ دیے۔ ان کامیاب ناشروں نے یہ ترکیب آزمائی کہ چھوٹی چھوٹی خبریں بالکل سیدھی سادی زبان میں ایسے دلکش انداز میں پیش کی جائیں کہ پڑھنے والے کہ دماغ پر کسی بھی طرح کا بوجھ نہ پڑے۔ سرخیاں بڑے بڑے روف میں دیدہ زیب طریقہ پر دی جائیں۔ انہوں نے جرائم کی خبریں کو ترجیح دی۔ شرمناک واقعات کو اچھالا۔ بدنامی یا رسوائی کی باتیں گھڑ کر اہانت آمیز الفاظ میں افراد اور اداروں کے باہر میں تفصیلات ایسے انداز میں پیش کیں کہ عام قاری انہیں چٹکیاں لے لے کر پڑھا کریں۔ خبروں کو ہیجان انگیز بنانے میں کوئی عار محسوس نہ کی گئی۔ ہنگامہ خیز واقعات کو غیر معمولی اہمیت دی گئی۔ عام آدمیوں نے انٹرویو لے کر غریب طبقات میں ہلچل مچائی گئی۔ اخبارات کی ارزانی کی وجہ سے غریب سے غریب بھی ان اخبارات کو زیادہ رغبت سے مستقل طور پر خریدنے لگے۔ قارئین کو یہ احساس

دلایا گیا کہ ان اخبارات کے مطالعہ سے ان کی علمی قابلیت میں اضافہ ہو رہا ہے۔ اشاعت ہزاروں سے آگے بڑھ کر لاکھوں میں تبدیل ہوگئی۔ ناشرین نے اس دور میں بے حد منافع کمایا۔ آمد و رفت کے وسائل اس قدر ترقی کر گئے کہ انگلستان اور نیدرلینڈ کے تقریباً ہر گاؤں اور ہر شہر میں صبح کا اخبار ناشتہ کی میز پر پہنچنے لگا۔ صبح کی چائے یا کافی کی پیالی کے ساتھ اخبار پڑھنے کی عادت عام ہوتی گئی۔ لندن کا اخبار ''ڈیلی میل'' روزانہ دس لاکھ کی تعداد میں فروخت ہونے لگا۔ قومی اخبارات کے ساتھ ساتھ علاقائی اور مقامی اخبارات نے بھی کافی ترقی کی اور اپنا اثر و رسوخ بڑھا لیا۔ نیو یارک، لندن، شکاگو جیسے عظیم شہروں میں روزانہ اخبارات لاکھوں کی تعداد میں بکنے لگے۔ اخباری اشتہارات کی مقبولیت میں زبردست اضافہ ہوتا گیا۔

بیسویں صدی میں اخبارات کی اشاعت بے حد ترقی ہوئی۔ لندن کے بعض روزانہ اخبارات چالیس پینتالیس لاکھ کی تعداد میں فروخت ہوتے ہیں۔ جاپان میں روزانہ اخبار ''اساہی شمبن'' روزانہ ایک کروڑ سے زیادہ تعداد میں بکتا ہے۔ روس کے اخبارات ''پراودا'' (معنی: حقیقت) اور ''ازوستیا'' (معنی: خبریں) روزانہ ایک کروڑ سے زیادہ کی تعداد میں فروخت ہوتے ہیں۔ دیگر مغربی اور مشرق بعید ممالک میں کئی ایسے روزانہ اخبار موجود ہیں جن کی تعداد اشاعت لاکھوں میں بتائی جاتی ہے۔ ایسے ممالک جہاں صنعتی انقلابات کی وجہ سے اقتصادی حالات عمدہ ہیں اور عوام کی معاشی حالت غنیمت ہے تقریباً ہر خواندہ فرد ایک نہ ایک روزانہ اخبار خرید کر پڑھتا ہے۔ ہر ایک ہزار افراد میں انگلستان میں 573 افراد اخبار کے خریدار

ہیں۔سویڈن میں یہ تعداد 462 ہے اور جاپان میں ہر دس افراد میں سے ایک اخبار خریدتا ہے۔امریکہ میں ایک ہزار میں سے 347 افراد ضرور خریدتے ہیں۔مغربی جرمنی میں فی ہزار 277 اور فرانس میں 244 کا اوسط ہے۔سوویت یونین میں یہ تعداد 107 بتائی جاتی ہے۔کسی بھی اخبار کی تعداد اشاعت بڑھانے کے لیے نت نئے طریقے آزمائے جاتے ہیں۔عوام کی توجہ مبذول کرنے کے لیے سنسنی خیز سرخیاں اور دلکش تصاویر استعمال کی جاتی ہیں۔آج کل کئی روزنامہ اخبارات تصاویر بھی چار رنگوں میں شائع کر رہے ہیں۔فوٹو آفسیٹ کی برکتوں سے طباعت میں کافی نفاست اور رنگینی آتی جا رہی ہے۔اگر آج کے کسی معیاری روزنامہ اخبار کا ایک سو سال پہلے کے کسی اخبار سے موازنہ کیا جائے تو پتہ چلتا ہے کہ تقریباً ہر شعبہ میں زبردست تبدیلی آئی ہے۔اخبارات نے گزشتہ چند سالوں میں حیرت انگیز ترقی کی ہے اور یہ سلسلہ برابر جاری ہے۔

تاریخی تفصیلات گواہ ہیں کہ جو خدمات آج اخبارات انجام دے رہے ہیں وہ اپنے طور پر ہزاروں سال پہلے بھی کوئی نہ کوئی ادارہ بخوبی انجام دیتا تھا۔طباعت خانوں کے قیام سے پہلے بھی خبروں کی ترسیل کا کوئی نہ کوئی انتظام ضرور تھا۔کبوتروں کے پاؤں میں چھوٹی چھوٹی تھیلیاں باندھ دی جاتی تھیں اور ان چھوٹی تھیلیوں میں تحریری بیانات حلفوف رہتے تھے۔تربیت یافتہ کبوتر ایسے پیغامات منزل مقصود پر بڑی پھرتی سے پہنچا دیا کرتے تھے۔ایک جگہ سے دوسری جگہ ضروری خبریں یا اعلانات لے جانے والے سپاہی یا خبر یا ہرکارے قدیم سلطنتوں میں بھی پائے

جاتے تھے۔خصوصی سفیروں کے ذریعے بھی خبروں کی ترسیل ہوتی تھی۔ ہر حکومت میں جاسوسوں کا ہونا ضروری تھا اور یہ خفیہ مخبر کسی نہ کسی طریقہ سے اہم اشارات متعلقہ افسروں تک یا حکمرانوں تک بڑی دیر کی کے ساتھ پہنچایا کرتے تھے۔آوارہ گرد فقیر، خانہ بدوش تاجر، گھومنے والے درویش، بنجارے، شاعر، مسخرے، مطرب وغیرہ ایک جگہ سے دوسری جگہ خبریں لے جاتے تھے۔ کسی بھی دور میں خبروں کی اہمیت کم نہیں رہی۔ ''ارتھ شاستر'' کے مصنف چانکیہ (عرف کوٹلیا) نے بھی حکمرانوں کو ہدایت کی ہے کہ ہر طرح کی رپورٹوں پر ضروری توجہ دینا کسی بھی کامیابی حکمراں کے لیے ازبس ضروری ہے۔ ملک میں امن، چین اور اطمینان کے قیام کے لیے تازہ ترین حالات سے باخبر رہنا ہر نوعیت کے حاکموں کے لیے ناگزیر ہے۔

مغلیہ دور میں خبریں، رائیں اور پوشیدہ معلومات حاصل کرنے کے لیے خصوصی نامہ نگار متعین تھے جو ''وقائع نویس''، ''سوانح نویس'' اور ''خفیہ نویس'' کہلاتے تھے۔تقریباً ہر علاقہ سے خبرنامے دارالحکومت پہنچتے تھے۔اور ہر شام محل کی بیگمات یہ خبرنامے شہنشاہ کو سنایا کرتی تھیں جنگ اور امن دونوں حالات میں ایسے خبرناموں کی بڑی اہمیت تھی۔ مغلیہ دور کے ان دلچسپ خبرناموں پر کافی تحقیقاتی کام ہوا ہے جس سے ان کی افادیت پر روشنی پڑتی ہے۔ اورنگ زیب کی فوج کے سپاہیوں کو اس قسم کے خبرنامے مہیا کیے جاتے تھے۔ محققین نے پتہ لگایا ہے۔ کہ اخبار نگاروں کو خبریں اور رائیں بڑی آزادی سے پیش کرنے کی اجازت تھی۔ ہر صوبے کے صدر مقام میں مغل شہنشاہ کا باضابطہ دفتر معلومات موجود تھا۔سرکاری خبرناموں

کے خبروں کے علاوہ نجی اخبار نویس بھی ہوتے تھے جو تاجروں اور امیروں کے ملازم ہوتے تھے اور ان کے مطلب کی خبریں جمع کر کے تحریراً بھیجتے تھے۔ ان قلمی اخبارات نشر و اشاعت کا طریقہ اس دور کے حالات میں بہت کامیاب تھا۔ جب طباعت کی سہولتیں نہیں تھیں تو سرکاری اعلانات کی تشہیر کئی دیسی طریقوں پر ہوا کرتی تھیں۔ ڈھنڈوروں کے ذریعے تازہ شاہی فرمان شاہراہوں اور مرکزی مقامات پر بآواز بلند سنائے جاتے تھے۔ شہنشاہ اشوک نے اپنے کئی فرمان پتھروں پر کندہ کروائے تھے۔ کرناٹک اور افغانستان میں پتھروں میں کندہ ایسے فرمان آج بھی ملاحظہ کیے جا سکتے ہیں۔ بدھ مذہب کے اصول پتھروں پر کندہ کروا کر سری لنکا اور دیگر دور دراز مقامات پر بھیجے گئے تھے۔ کاغذ کی ایجاد کے بعد ترسیل کا کام زیادہ آسان ہو گیا۔ ایسٹ انڈیا کمپنی نے بھی ہندوستان کے مختلف صوبائی اور اضلاعی مراکز میں اپنے مخبر رکھ چھوڑے تھے جو میعادی خبر ناموں کے ذریعے کمپنی کو ضروری معلومات فراہم کرتے تھے۔ یہ حقیقت ہے کہ حکومت اور عوام کے درمیان دو طرفہ ترسیل کے عمل کی ضرورت ریاست کے تصور کا ایک لازمی حصہ ہوتی ہے۔

اخبارات جس صورت میں آج ہم دیکھ رہے ہیں طباعتی سہولتوں کے ساتھ زیادہ سنورنے سجنے اور نکھرنے لگے۔ کہا جاتا ہے کہ 1860ء ہی میں چین میں کاغذ بنانے میں کامیابی حاصل ہو گئی تھی۔ طباعت کا فن بھی چین سے شروع ہو کر مغربی ممالک میں زیادہ مقبولیت حاصل کر گیا۔ چین میں چھپائی کی مشینیں اس لیے مقبول نہ ہو سکیں کیونکہ چینی اپنی ظروف سازی کے فن کو زیادہ تقویت دینا چاہتے تھے اور ان

کا خیال تھا کہ طباعت کے لیے مشینوں کا استعمال ہونے لگے تو خوشنویسی اور مصوری کا فن زوال پذیر ہو جائے گا۔ چین والوں نے ایک عرصہ دراز تک مشینوں کی ہمت افزائی نہیں کی۔ مغربی ممالک میں صنعتی انقلاب کی وجہ سے بہتر سے بہتر طباعتی مشینیں تیار ہونے لگیں جس سے صحافت کو کافی مدد حاصل ہوئی۔ 1455ء میں گٹن برگ نے سب سے پہلے مقدس انجیل چھاپی۔ اس کے لیے دیدہ زیب خوشنویسی کے صفحات کے بلاک بنوا لیے گئے تھے۔ پھر ٹائپ ایجاد ہوا جس سے طباعت میں مزید سہولت حاصل ہوگئی 1470ء میں جین سین نے ''رومن'' ٹائپ تیار کیے۔ انگلستان میں ولیم کاکسٹن نے ایجاد شدہ ٹائپ میں مزید خوشنائی پیدا کی اور اپنا پریس کامیابی سے چلایا۔ مطبوعہ کتابیں زیادہ آسانی سے پڑھی جانے لگی۔ اٹھارویں صدی کے اوائل میں اطالوی طابع گیام باطستہ بودونی نے مزید بہتر ٹائپ ایجاد کیے۔ انیسویں صدی میں امریکہ میں ایسے ٹائپ ایجاد اور مقبول ہوئے جس سے تیز رفتار سے انگریزی زبان کی پڑھائی ممکن ہوئی پہلے پہل ٹائپ ہاتھ سے جوڑے جاتے تھے۔ جس میں کافی وقت لگتا تھا۔ رفتہ رفتہ ٹائپ جوڑے کی مشینیں تیار ہونے لگیں۔ اوٹمر مرگن تھالر نامی امریکی نے ''لائنو ٹائپ'' مشین ایجاد کی جس کی مدد سے اخبار کے کالم کی ایک لائن خود بخود تیزی تیار ہونے لگی۔ علاحدہ علاحدہ حروف کو جڑونے کی مشین ''مونو ٹائپ'' کے نام سے ایجاد ہوئی۔ سرخیوں کے لیے بڑے بڑے حروف جوڑنے کے لیے بھی نئی طرح کی مشینیں بازار میں آ گئیں۔ لیتھوگرافی کے میدان میں بھی نئی تبدیلیاں برابر آتی رہیں۔ پہلے پہل صرف جرمنی کے سفید

پتھروں پر لیتھو کی طباعت ہوتی تھی۔ پھر پلیٹوں پر کام ہونے لگا۔ آج کل فوٹو گرافی کے اصولوں کی مدد سے فوٹو آفسیٹ کی طباعت روز بروز مقبول ہوتی جارہی ہے۔ آفسیٹ کی چھپائی کے ساتھ اردو صحافت کی قسمت بھی بدل گئی۔ آج کل برصغیر کے کئی کامیاب روزانہ اخبارات ،ہفت روزہ جرائد ، کثیر الاشاعت ماہنامے اور ڈائجسٹ رسائل آفسیٹ طریقہ طباعت سے استفادہ کررہے ہیں۔

ہندوستان میں طباعت کا کام سب سے پہلے پرتگالی مسیحی مبلغوں نے شروع کیا۔ 1557ء میں انہوں نے گوا میں ایک چھوٹی سی کتاب شائع کی جس میں مسیحی تبلیغی کام کرنے والوں کے لیے سوال وجواب کی صورت میں عیسائی مذہب کی اہم معلومات درج تھیں۔

جب 1811ء میں اسٹیم انجن کی ایجاد ہوئی تو چھپائی کی مشین بھی بھاپ کی مدد سے کام کرنے لگی اور فی گھنٹہ ایک ہزار اوراق کی رفتار سے چھپائی ممکن ہوئی۔ آج کل ایسی تیز رفتار مشینیں اخبارات کے دفاتر میں نصب میں جو فی گھنٹہ آٹھ بلکہ دس ہزار اس سے بھی زیادہ تعداد میں اخبارات کے پرچے بڑی نفاست اور آسانی سے چھاپ دیتی ہیں۔ جرمنی میں تیار ہونے والی کئی آفسیٹ مشینیں فی گھنٹہ 30 تا 40 ہزار اخبار چھاپ سکتی ہیں اور ہندوستان میں متعدد جگہ استعمال ہورہی ہیں۔

ہندوستان کا سب سے پہلے اخبار کلکتہ سے شنبہ 29 جنوری 1780ء کو شائع ہوا ''ہکیز'' بنگال گزٹ'' Hicky , S Benghl Gazette اس ہفت روزہ اخبار کا نام تھا۔ اس کے میدر ، طابع ، ناشر اور مالک کا نام جیمس آگسٹس ہکی

Augustus Hicky james..... تھا جو کچھ دنوں تک ایسٹ انڈیا کمپنی سے بحیثیت طابع وابستہ تھا۔ اس انگریزی اخبار کے صرف دو ورق تھے جس میں کئی اشتہارات شائع ہوتے تھے۔ یہ اخبار ابتدا ہی سے حکومت مخالف رہا۔ گورنر جنرل وارن ہیسٹنگز پر کئی اہانت آمیز جملے اس اخبار میں **مسلسل** شائع ہوئے تھے۔ ہکی کو حکومت کی طرف سے کئی سے ستایا گیا مگر اس نے اپنی حق گوئی اور بے باکی کا سلسلہ جاری رکھا۔ آخر کار حکومت نے اس اخبار کو بری طرح **کچل** دیا۔ اخبارات اور حکومت میں اختلافات گویا ہندوستان کے پہلے اخبار سے لے کر اب تک **مسلسل** جاری ہیں۔ آزادی اخبارات کی تحریک کی تاریخ می ہندوستان کے پہلے **مکمل** صحافی جیمس آگسٹس ہکی کا نام نمایاں رہے گا۔

کلکتہ کے بعد مدراس سے اخبارات شروع ہوئے اور بعد میں بمبئی سے اخبارات نکلنے لگے۔ ابتدائی تمام اخبارات غیر ملکی باشندوں سے انگریزی زبان میں شائع کیے۔ گنگا دھر بھٹا چاریہ پہلے ہندوستانی ہیں جنہوں نے انگریزی زبان میں ایک اخبار ''بنگال گزٹ'' کے نام سے جاری کیا۔ مشہور مصلح راجہ رام موہن رائے نے ''مراۃ الاخبار'' کے نام سے ایک اخبار نکالا۔ بنگالی زبان میں انہوں نے ''سمباد کومودی'' اور انگریزی زبان میں 'برا**ہمنیکل میگزین**'' نامی رسالہ نکالا۔ مسیحی تبلیغ کے لیے سری رام پورنامی مقام سے تین اہم اخبار شائع ہوتے تھے۔ 1857ء کی پہلی جنگ آزادی میں اردو اور ہندی اخبارات نے خصوصاً اہم کردار ادا کیا تھا۔ پہلی جنگ عظیم کے ساتھ عوام میں اخبارات سے زیادہ لگاؤ پیدا ہو گیا۔ لوگ جنگی خبروں

میں گہری دلچسپی لینے لگے۔ دوسری جنگ عظیم میں یہ دلچسپی بہت زیادہ ہو گئی۔ 1947ء کے بعد ہندوستان میں صحافت نے کافی ترقی کی ہے۔

بنگالی زبان میں شائع ہونے والا ''آنندر بازار پتریکا'' ہندوستان کا کثیر الاشاعت روزانہ اخبار ہے۔ دیگر مقبول اخبارات ہیں، دی ہندو (انگریزی)، بھارت ٹائمز (ہندی)، جگانتر (بنگالی)، ماترو بھومی (ملیالم)، انڈین ایکسپریس (انگریزی)، ٹائمز آف انڈیا (انگریزی) جالندھر سے شائع ہونے والا اخبار ''ہند سماچار'' اردو کا سب سے زیادہ فروخت ہونے والا اخبار ہے۔ اس کی تعداد اشاعت تقریباً 75 ہزار روزانہ ہے۔

تامل زبان میں شائع ہونے والا ''کمودم'' ہندوستان کا سب سے زیادہ چھپنے والا ہفتہ روزہ اخبار ہے۔ دیگر کامیاب ہفتہ وار جرائد ہیں: ملیالا منورما (ملیالم) رانی ویکلی، (تامل)، السٹریٹیڈ ویکلی آف انڈیا (انگریزی، دھرم یگ (ہندی)، سنڈے انڈین ایکسپریس (انگریزی)، بلٹز (انگریزی) اردو رسائل میں ماہنامہ شمع ایک لاکھ سے زیادہ شائع ہوتا ہے۔

ایک جائزے کے مطابق 1977ء کے بعد ہندوستان میں اخبارات اور رسائل نے حیرت انگیز ترقی کی ہے۔ روزانہ اخبارات کی تعداد بھی شائع ہو رہے ہیں اور کسی بھی غیر ملکی جریدہ کے مقابلہ میں پیش کیے جا سکتے ہیں۔ بعض پندرہ روزہ رسائل بین الاقوامی معیار پورے اترتے ہیں۔ ڈائجسٹ رسائل نے بھی ظاہری اور معنوی دونوں صورتوں میں کافی ترقی کی ہے۔

ہر سال لوک سبھا میں مرکزی وزیر اطلاعات ونشریات کی جانب سے سالانہ رپورٹ پیش ہوتی ہے جس میں اخبارات کی تازہ ترین تعداداور اشاعتی تعداد کے متعلق تازہ ترین معلومات واضح اور مستند طور پر فراہم ہوتی ہیں۔ یہی رپورٹ بعد میں رجسٹرار آف نیوز پیپرس کی جانب سے شائع ہوتی ہے۔ الغرض ماضی کے مقابلہ میں آج کل ایسی تازہ اور معتبر صحافتی تفصیلات جلد اور بآسانی مل جاتی ہیں۔

جمہوری نظام میں اخبارات کا مقام

عام طور سے صحافت کو اقلیم کا چوتھا طبقہ یعنی Fourth Estate of The Realm. کہا جاتا ہے۔ کسی بھی مملکت یا اقلیم میں سب نمایاں مقام حکمران کو دیا جاتا ہے۔ دوسرا مقام دینی پیشواؤں کا ہے۔ تیسرا درجہ عوام الناس کا ہے، اور چوتھا اہم مقام اخبارات کو عطا ہوا ہے۔ برطانوی پارلیمان میں سب سے پہلے لارڈ میکالے نے پریس گیلری میں بیٹھے ہوئے اخباری نامہ نگاروں کی جانب اشارہ کرتے ہوئے کہا تھا کہ ''وہاں جو اخبارات کے نمائندے تشریف فرما ہیں وہ اقلیم کا چوتھا طبقہ ہیں۔'' کچھ دنوں بعد مشہور خطیب اور پارلیمانی ماہر ایڈمنڈ برک نے بھی اخبارات کے لیے ''چوتھے طبقہ'' کا معزز اور امتیازی لقب استعمال کیا تھا۔ آج کل یہ توصیفی نام اخبارات کے لیے دنیا بھر میں تعظیم وتکریم کے ساتھ مستعمل ہے۔

کسی بھی جمہوری حکومت میں تین ادارے ضروری اور تمام تر اہمیت کے حامل ہوتے ہیں: (1) قانون ساز ادارے یعنی پارلیمنٹ یا مقننہ Legislature

(2) حکومت کا صیغہ انتظامی یعنی Executive اور (3) حکام عدالت بحیثیت مجموعی یا عدلیہ یعنے Judiciary ان تین انتہائی ضروری اداروں کے بغیر کوئی حکومت بر سر عمل نہیں رہ سکتی۔ فی زمانہ یہ محسوس کیا جاتا ہے۔ کہ مقننہ، انتظامیہ اور عدلیہ کی طرح کسی بھی جمہوری حکومت میں ''پریس'' یعنی اخبارات کی بڑی اہمیت ہے۔

غور سے دیکھا جائے تو پارلیمنٹ اور پریس دونوں ایسے مضبوط ستون ہیں جن کے بغیر جمہوری عمارت لڑکھڑا جاتی ہے۔ اگر اخبارات نہ ہوں تو پارلیمنٹ یا قانون ساز اسمبلی گویا خفیہ انجمن مباحثہ بن کر رہ جائے۔ اخبارات میں قانون ساز اداروں کی مصروفیات کی تفصیلات شائع نہ ہوں تو عوام کو کیسے پتہ چلے کہ کیا قوانین بن رہے ہیں، اور ان کے اطلاق کے کیا مضر یا مفید اثرات ہوں گے۔ حکومت کے انتظامی معاملات پر اخبارات کی کڑی نظر نہ ہو تو سرکاری افسران من مانی کرنے لگیں گے اور عوامی فلاح و بہبود کا کوئی کام وقت پر سلیقہ کے ساتھ نہ ہو سکے گا۔ عدالتوں میں اور عدالت عالیہ میں کیا فیصلہ ہو رہے ہیں ان کی تفصیلات اخبارات میں شائع ہونی ضروری ہیں۔

اب زمانہ شہنشاہیت کا نہیں رہا ہے۔ افراد کی شاہی تقریباً ختم ہے۔ ہر جگہ جمہور کی سالاری کا دور دورہ ہے۔ جمہوریت کے اپنے اقدار ہوتے ہیں اور اخبارات پر یہ ذمہ داری عائد ہوتی ہے کہ وہ ان اقدار کی صحیح طور پر ترجمانی کریں۔

ہمعصر دنیا کا انسان ہر جگہ امن و امان کا خواہاں ہے اور وہ کسی بھی حالت میں ابتری یا افراتفری کا مداح نہیں ہے، وہ جمہوری نظام کو درہم برہم دیکھنا نہیں چاہتا۔

حالانکہ نظریات کی جنگ جاری ہے مگر وہ ہر صورت میں سکون کا متلاشی ہے۔ انسانیت بھٹک رہی ہے مگر وہ ایک ایسی منزل کی آرزومند ہے جہاں انسان کو ہر طرح کی آسودگی نصیب رہے۔ ہر کوئی اپنے روشن مستقبل کا مشتاق ہے۔ضرورت ہے کہ ذی فہم افراد خود اعتمادی سے کام لیں اور اپنے مستقبل کے بارے میں نیک توقعات ہمیشہ جواں رکھیں۔نصب العین واضح ہو تو کسی بھی سعی میں کامرانی ممکن ہے۔مسئلے تو دنیا میں ابھرتے رہتے ہیں مگر ذرا سی کوشش سے ہر مسئلہ کا حل ڈھونڈا جا سکتا ہے اور ہر مرحلے میں آسانی لائی جا سکتی ہے۔تیقن اور جرأت کے ساتھ کسی بھی سعی میں فتح یابی کی آرزو کی جا سکتی ہے۔وقت کی حرکت کا طرز بھی اپنی ایک قوت رکھتا ہے۔اور وقت کا بھی ایک خاص مزاج ہوا کرتا ہے۔صحافت کی ناؤ کھیتے وقت اعتدال،شائستگی،عقیدت،سبک دستی اور ہم آہنگی کا لحاظ رکھنا پڑتا ہے۔اخبار جمہوری نظام میں ایک بہت ہی طاقتور ہتھیار ہے اور اس کا محتاط اور مناسب استعمال ہی فیض رساں ہے۔ ذرا سی غفلت اور لاپرواہی سے یہ ہتھیار خود کے لیے بھی ضرر رساں ثابت ہو سکتا ہے۔اخبارات کے وسیلے سے عام انسان کو بدلتے ہوئے حالات اور اس کی نوعیت سے واقفیت دی جاتی ہے۔یہ کام پوری ریاضت اور لگاؤ کے ساتھ کرنا ضروری ہے۔ مادی طور پر اور روحانی طور پر دونوں طرح سے زندہ اور تابندہ رہنے کے لیے کسی بھی انسان کا معلومات سے آگاہ رہنا اہم ہے۔

آج کا انسان نہ صرف زندہ رہنا چاہتا ہے بلکہ توقیر اور کروفر سے زندہ رہنا چاہتا ہے۔ یہ تہذیب وتمدن کے دائرے میں سرخ رو رہنے کا متمنی ہے۔اپنے آباد

اجداد کی طرح وہ ہر ماحول میں تسکین اور اطمینان قلب کا متلاشی اور آرزو مند ہے۔ جہاں وہ اپنے پڑوسی سے خوشگوار تعلقات کا خواہاں ہے وہاں یہ بھی چاہتا ہے کہ اس کا اپنا ملک بھی پڑوسی ممالک سے دوستانہ تعلقات روا رکھے۔ بے انتہا مادی ترقی کے باوجود انسان روحانی برتری حاصل کرنے کا اشتیاق رکھتا ہے۔ جہاں وہ دنیاوی آرام و آسائش کا طالب ہے وہاں آخرت کی نجات کا بھی تمنائی ہے۔ ہر انسان کی خواہش ہے کہ اس کی گھریلو زندگی تمام تر مسرتوں سے ہمکنار رہے۔ ہر زندہ انسان سے محبت رکھتا ہے اور اپنی زندگی کو ہر صورت میں ظفریاب اور خوشحال دیکھنے کا ارمان رکھتا ہے۔

زندگی کی تمام ملنے والی خوشیوں سے مستفید ہونے کی غرض و غایت سے انسان محنت اور مشقت کیساتھ کچھ نہ کچھ قربانیاں دینے کے لیے بھی آمادہ ہو جاتا ہے ۔ حالات اور واقعات کے مزاج سے مفاہمت کے لیے وہ ہر آن تیار نظر آتا ہے۔ صحافت ایک ایسا جامع میدان عمل ہے جہاں ایک فہیم اور حساس انسان اپنے افکار کے اظہار کا ایک بہترین وسیلہ ہمیشہ تیار پایا جاتا ہے۔

صحافت ایک وسیلۂ خدمت ہے۔ یہ خدمت اسی وقت صحیح اور مکمل سمجھی جاتی ہے جب یہ ہمعصر سماج کے مزاج سے پوری طرح میل کھاتی ہے۔ معاشرے کے اقدار سے بہک کر یا سماج کے مروج اصولوں کی خلاف ورزی کر کے کوئی اخبار زندہ نہیں رہ سکتا۔ ہر ماحول کی اپنی ایک انفرادیت ہوتی ہے یعنی ایک ''شخصیت'' یا امتیازی خصوصیت ہوا کرتی ہے۔ ہر معاشرہ میں ایک ''تصور'' ہوتا ہے یا ''میلان طبع

''ہوتا ہے جس کی شناخت کرنا صحافی کی اصولی ذمہ داری ہے۔سماج کے منشا اور اندیشوں کی عکاسی اخبار کا فرض ہے۔اگر اخبار اپنی ہی مصلحت پسندی سے چمٹار ہے تو وہ جلد ہی غیر مقبول ہو جائے گا۔اپنے گردوپیش کو صحیح طور پر پہچان کر عصری ماحول کی ترجمانی کر کے اخبار قبولیت عامہ حاصل کر سکتا ہے۔یعنی جمہوری نظام میں اخبار کا جمہوریت پسند ہونا ضروری ہے۔غیر جمہوری اصولوں کی توضیح کر کے کوئی اخبار جمہوری معاشرے میں نیپ نہیں سکے گا۔آج کی دنیا نظریات میں بٹی ہوئی ہے۔مختلف سیاسی نظریات میں ایک مسلسل جنگ ہمیشہ جاری رہتی ہے۔کچھ ممالک سرمایہ پرستانہ عقائد کی ترویج کے لیے وقف ہیں اور کچھ مالک سرمایہ پرستی کو جڑ سے اکھاڑ پھینک کر ایک نیا سماج نئے اصولوں پر مستحکم کرنا چاہتے ہیں۔ایسے نظریات کے حامی جمہوریت کا نام تو لیتے ہیں مگر کوئی خالص جمہوری اقدار کا طرفدار ہے تو کوئی جمہوریت کے نام پر آمریت کا پرچم بلند رکھنا چاہتا ہے۔

جمہوریت ایک طرز حکومت سے بھی زیادہ وسیع اور وقیع تصور ہے۔جمہوریت ایک مبسوط سماجی فلسفہ ہے جس میں انسان اقدار کو اعلاترین مقام بخشا جاتا ہے۔جمہوریت ایک طریقہ زندگی ہے، ایک انداز فکر ہے اور ایک نصب العین ہے۔اس میں مسرت کی تلاش کو اولیت دی جاتی ہے۔جمہوریت ایک روش ہے جس میں سماج کے افراد کو یہاں وہاں انضباط اور توافق سے کام لینا پڑتا ہے۔جمہوریت انسانی بھاء یچارگی میں یقین رکھتی ہے اور ایک عالمگیر برادری کے خواب کی تعمیر دیکھنا چاہتی ہے۔

جمہوریت کو کامل طور سے کامیاب بنانے کے لیے یہ از حد ضروری ہے کہ جمہور کو یعنی عوام کو علم کی دولت سے سرفراز کیا جائے۔ معلومات کی تشہیر سے جمہوریت کو غیر معمولی تقویت حاصل ہوتی ہے۔ جمہوری طریق عمل پر سنجیدگی سے توجہ مبذول کی جائے تو اخلاقی ضابطے درست، اور کارآمد ہو سکتے ہیں۔ جمہوریت کے جملہ اصول سائنسی بنیادوں پر مبنی ہوتے ہیں، جمہوریت میں خیالات کے اظہار کی آزادی ازبس ضروری ہے۔ عمل کی آزادی بھی ہونی چاہیے بلکہ پیہم عمل کے تمام تر مواقع محفوظ ہونے ضروری ہیں۔ آزادی رائے کے بغیر ہم حقیقت کی تہہ تک نہیں پہنچ سکتے۔ جب تک حقیقت جاننے کے وسائل آزاد نہ ہوں ہم خالص جمہوری نظام کا تصور نہیں کر سکتے۔ کسی بھی جمہوری سماج میں معلومات کے وسائل پر کسی بھی نوعیت کی پابندی نہیں ہونی چاہیے۔ عوامی معلومات اور عوامی خیالات کے اظہار کے وسیلوں کو زنجیروں سے برے رکھ کر ہی ہم صحیح جمہوری نظام کے استحکام کا دعویٰ کر سکیت ہیں۔ کسی بھی آزاد سماج کے لیے آزاد پریس ضروری ہے۔ آزاد اور ہر طرح سے آزاد اخبارات ہی جمہوریت کی کامیابی کے ضامن ہو سکتے ہیں۔ جہاں اخبارات کی آزادی ہوتی ہے وہاں ہر جائز آزادی میسر رہتی ہے۔

صحافت کے عام عقائد

قارئین چاہتے ہیں کہ ان کا محبوب اخبار ہمیشہ صرف سچی خبریں شائع کرے۔ قارئین کی اس توقع اور یقین کے احترام کے لیے نامہ نگاروں اور مدیروں پر یہ فرض

عائد رہتا ہے کہ وہ ہر خبر کو اچھی طرح جانچ لیں۔ اگر دروغ گوئی کا ذرہ بھر بھی شائبہ ہو تو ایسی خبروں کو ردی کی ٹوکری میں پھینک دیں۔ قارئین کا اعتماد ہر حال میں بنائے رکھنا ضروری ہے۔ خبر کہاں سے آئی اور کس حد تک معتبر ہو سکتی ہے اس پر گہرائی سے توجہ دی جائے۔ کسی بھی خبر کا سو فی صد مستند ہونا ضروری ہے۔ خبر ہر طرح سے درست ہو اور مبالغہ آمیزی سے پاک ہو۔ اشاعت سے پہلے خبر کی تفصیلات کے صحت کا ہر طریقہ سے اطمینان کر لینا مدیران اخبار کا مقدس فرض ہے۔

یہ بہت اہم ہے کہ خبر میں کسی بھی طرح کی رائے شامل نہ ہو۔ خبر کا اپنا تقدس ہے اور رائے کا علاحدہ مقام۔ انگلستان کے شہرۂ آفاق اخبار ''مانچسٹر گارجین'' کے مؤقر مدیر سی، پی اسکاٹ کا یہ مقولہ کافی وقعت کی نگاہ سے دیکھا جاتا ہے کہ: ''حقائق مقدس ہیں تنقید کی پوری آزادی۔'' Facts are sacreds, Comment is Free.

خبر چھوٹی ہو یا بڑی، بہت اہم ہو یا معمولی، قومی، مابین الاقوامی، مقامی ہو یا اضلاعی، بہر حال کسی بھی نوعیت کی ہو خبر سچی ہو، صداقت پر مبنی ہو۔

اگر کسی خبر کا پس منظر پیش کیا جا رہا ہو تو پوری ذمہ داری اور دیانت داری کے ساتھ پیش کیا جائے۔ اتفاق سے کوئی بات یا کوئی اعداد و شمار غلط ثابت ہو جائیں تو قارئین متعلقہ اخبار کی کسی بھی خبر پر بھروسہ نہیں کریں گے۔ حقائق کی اشاعت میں اخبار کو پوری بے باکی سے کام لینا چاہئے۔ سچ بات کے اظہار میں خوف کی ضرورت نہیں۔ سچ ہمیشہ سچ ہوتا ہے۔ اور سچ بولنے والا کبھی پشیماں نہیں ہوا کرتا۔

خبر چھاپتے وقت اسے اپنے سیاسی انداز فکر میں رنگنے کی کوشش کرنا ایک غیر اخلاقی حرکت ہے۔ کسی بھی خبر کے تقدس کو داغ نہیں لگانا چاہیے۔

امریکہ کے ایک مشہور صحافی، طابع اور ناشر جوازف پلٹزر Joseph Pulitzer. نے کہا ہے کہ کسی بھی صحافی کے لیے خبر کی درستی ایسی ہی اہم ہے جیسے کسی دوشیزہ کے لیے اس کی عصمت یعنی کسی بھ خبر کی ایک آبرو ہوتی ہے ایک عصمت ہوتی ہے عظمت ہوتی ہے بزرگی ہوتی ہے۔ اسے ٹھیس نہیں لگنی چاہیے۔ کسی خبر کو توڑ مروڑ کر پیش کرنا گویا کسی باعصمت دوشیزہ کی آبروریزی یا عصمت دری کرنے کے مترادف ہے۔ غرض صحافیوں کا فرض ہے کہ وہ خبروں کو داغ دار بنا کر صحافت کے مقدس پیشہ کو بدنام کرنے کی کوشش سے ہمیشہ باز رہیں۔

حق گو، راست باز اور اعتدال پسند صحافی ہمیشہ کامیاب رہے گا۔ ہمیشہ سچی خبریں چھاپنے والا اخبار کبھی شرمندہ نہ ہوگا۔ قارئین بھی ایسے اخبار پر فخر کرتے رہیں گے۔

حق پسندی کے بعد ہر صحافی کا واقفیت پسند ہونا ضروری ہے۔ جو بھی خبر شائع ہو وہ بامقصد ہو۔ کسی بھی خبر کے انتخاب میں ایک مدعا ہونا ضروری ہے۔ خبر کی ترتیب میں کسی خاص خیال یا نظریہ یا انداز فکر کا اثر و رسوخ ہرگز نہ ہو۔ یہ ایک بامعنی اخلاقی اصول ہے جس پر ہر صحافی کو سختی سے عمل پیرا ہونا چاہیے۔ ممکن ہے کہ کسی خبر کی اشاعت کے سلسلہ میں نامہ نگار پر یا مدیر پر یا اخبار کے مالک پر کسی کی جانب سے دباؤ ڈالا گیا ہو، مگر اصول پسند صحافی ایسے دباؤ کی پرواہ نہیں کرتے اور ہر حال میں خبر

کی اصلی اہمیت یا عظمت یا وقعت سے دیانت دارانہ انصاف کرتے ہیں۔ کبھی کبھی مستقل مشتہرین بھی اخبارات پر دباؤ ڈالنے کی کوشش کرتے ہیں۔ ذاتی یا مخصوص مفادات کی خاطر ایسے دباؤ اکثر بیشتر براہ راست یا بالواسطہ ڈالے جاتے ہیں۔ اصول پسند صحافی احتیاط برتے اور ایسے رعب و جبر سے اپنا دامن بچا رکھے۔

کسی بھی خبر کی اشاعت میں کسی خاص نظریہ کی نہ حمایت کی جائے اور نہ مخالفت۔ خبر بالکل خبر کی صورت میں شائع کی جائے۔ سرخیوں میں بھی موافقت یا مخالفت، پسندیدگی یا ناپسندیدگی کا کوئی عنصر نہ ہو۔ خبر کے لیے منتخبہ جگہ بھی خبر کی اہمیت کے برابر ہو۔ اگر کسی معمولی خبر کو غیر معمولی جگہ پر زیادہ زوردار سرخیوں کے ساتھ شائع کرنے کی کوشش ہو تو یہ تعصب کی بات ہوی اور متعصب صحافی زیادہ دنوں تک قارئین کی آنکھوں میں دھول نہیں جھونک سکتا۔

سیاسی جماعتیں جب کبھی اپنے اعلامیے یا خبر نامے اخبارات میں اشاعت کے لیے بھیجتی ہیں تو اس میں طرفداری کے رجحانات عیاں بھی رہیت ہیں اور نہاں بھی۔ مدیر کا فرض ہے کہ ایسے خبر ناموں سے صرف ''خبر'' کی حد تک مواد چھانٹ لے اور توصیفی جملوں سے برکو پاک صاف کرے۔ وزیروں اور سفیروں کی جانب سے بھیجے جانے والے اعلانات یا خبر ناموں میں بھی پروپیگنڈہ عناصر کی کثرت ہوتی ہے۔ سیاسی اعتبار سے اہم ہستیاں وقتاً فوقتاً اعلانات یا مراسلات کی صورت میں مواد اخبارات کے دفاتر کو بھیجنے کا اہتمام کرتی ہیں۔ ایسے خبر مانے ماہر صحافیوں یا رابطۂ عامہ کے ماہرین سے لکھوائے جاتے ہیں اور کوشش یہی ہوتی ہے کہ ایسے خبر

نامے بغیر گری جانچ کے ہو بہو اخبارات کے صفحات کی زینت بن جائیں۔ چالاک مدیر اپنی بیداری سے ایسے ذہین خبر رساں احباب کو آسانی سے شکست دے سکتے ہیں یعنی صرف خبر کی اہمیت والے مواد کو منتخب کر کے گہرے تشہیری جملوں کو سرے سے حذف کر سکتے ہیں۔

غیر ملکی سفارت خانوں، غیر ملکی خبر رساں ایجنسیوں اور بڑی بڑی تجارتی کوٹھیوں سے فراہم ہونے والے اعلامیوں (پریس نوٹس، پریس ریلیز، ہینڈ آوٹ، پریس اسٹیٹمنٹ، نیوز لیٹر وغیرہ) میں خبروں کا عنصر بہت کم اور تشہیری پہلوؤں کا اثر زیادہ ہوتا ہے۔ ضرورت ہے کہ نائب مدیران ایسے مواد پر خاطر خواہ توجہ دیں اور تشہیری ماہرین کے نشانوں کا شکار نہ بنیں۔ اخبارات قارئین کے لیے خبروں کی فراہمی کے لیے شائع ہونے چاہئیں۔ اگر یہ بنے بنائے تشہیری خبر ناموں کا پلندہ بن جائیں تو ان کی وقعت کم ہو جائے گی اور صحافت کا مقصد بھی سراسر غلط ثابت ہوگا۔ خبر اور تشہیری مواد کو علاحدہ کرنے کے لیے مخصوص تیز فہمی اور متانت آمیز توجہ کی ضرورت رہتی ہے۔

اگر خبر ناموں یا مراسلوں میں کسی تنازعہ پر بحث کی گئی ہے۔ تو بہت ضروری ہے کہ دوسرے فریق کو بھی واجبی موقعہ دیا جائے کہ وہ اپنا موقف پیش کرے۔ یکطرفہ اعلانات اور تصریحات شائع کرنے کے بجائے تصویر کے دونوں رخ پیش کرنے کی صحیح پالیسی اپناتے ہوئے فریقین کے بیانات ایک ساتھ شائع کرنا ایک بہتر سلوک اور مناسب مصلحت اندیشی ہے۔

اخبارات کے لیے مکمل آزادی ایک نعرہ بھی ہے اور ایک جائز مطالبہ بھی۔ اخبارات کی آزادی کا یہ مطلب ہے کہ اخبارات کی اشاعت سے پہلے اخبار سینسر نہ ہو۔ خواہ حکومت کی جانب سے ہو یا کسی اور ادارہ کی جانب سے، خبر کی اشاعت پر کوئی پابندی نہ ہو۔ محتسب وہ شخص ہے جو دوسروں کی روش اور اخلاق پر رائے زنی کرے۔ سرکاری طور پر کتابوں، تماشوں، خبروں یا فوجی معلومات کو مخرب الاخلاق یا باغیانہ یا نامناسب قرار دینے والا محتسب انگریزی زبان میں ''سینسر'' Censor کہلاتا ہے۔ احتساب کو ہم ''سینسر شپ'' کہتے ہیں۔ ہر اخبار نویس یہ چاہتا ہے کہ وہ کسی بھی نوعیت کے احتساب سے مبرا رہے۔ جمہوری نظام میں یہ بے حد ضروری ہے کہ خبروں کی اشاعت سے پہلے کسی بھ قسم کے احتساب کی کوئی بھی پابندی نہ ہو۔ ہر اخبار یہ چاہتا ہے کہ بلکہ اصرار کرتا ہے کہ اسے خبروں کے انتخاب میں مکمل آزادی ہو۔ مگر یہ یاد رہے کہ آزادی کا مطلب ہرگز یہ نہیں کہ من مانی باتیں شائع کر لی جائیں۔ اخبارات کی آزادی کی ضمانت کے ساتھ یہ خوشگوار امید رکھی جاتی ہے کہ اخبارات ایسی آزادی کا صرف جائز استعمال کریں گے اور اس کا کسی بھی قسم کا غلط یا ناجائز استعمال نہیں کریں گے۔ اخبارات کو آزادی دی جاتی ہے تو اس کا یہ مطلب نہیں کر اخبارات دوسروں کے بنیادی حقوق کی پرواہ نہ کریں۔ ہر شہری کے چند آئینی حقوق ہوتے ہیں اور ان پر ڈاکہ نہیں ڈالا جا سکتا۔ آزادئ اخبارات کا مفہوم یہ نہیں کہ اخبارات کو ہر چیز لکھنے کا مکمل اختیار عطا کر دیا گیا ہے۔ کسی بھی شہری کا ایک بنیادی حق ''حق خلوت'' بھی ہے یعنی رائٹ آف پرائیویسی Right of

Privacy خانگی (نجی) زندگی کو پوشیدہ رکھنے کا حق ہر کسی کو حاصل ہے۔ اخبارات کی آزادی کی آڑ میں ایسے بنیادی انسانی حق میں دخل اندازی برداشت نہیں کی جا سکتی۔ ہر اہم شخص اپنی گھریلو زندگی یکسوئی میں چاہتا ہے۔ اخبارات کی آزادی کا یہ مطلب نہیں کہ اخباری فوٹوگرافر اپنے کیمرے لے کر کسی بھی ہستی کی ہر حرکت کی تصور آتارتے رہیں اور اخبارات میں شائع کرواتے رہیں۔ ایسی باب اخلاقاً اور قانوناً دونوں طور پر غلط اور قابل مذمت ہوگی۔

اخبار میں جو بھی خبر شائع موجودہ قابل یقین ہو۔ قارئین اس پر اعتبار کریں۔ ہر خبر کا قرین عقل ہونا ضروری ہے۔ صداقت ہی مفقود ہو تو پڑھنے والے خبر کو بیکار ہی سمجھیں گے۔ کسی بھی اخبار کا انحصار قارئین کی سرپرستی پر ہے۔ پڑھنے والے اخبار کو معتبر سمجھ کر خریدیں گے تو اخبار زندہ رہ سکے گا ورنہ جلد یا بہ دیر اپنی ساکھ کھو کر وہ بند کر وہ بند ہو جائے گا۔

دنیا میں چند ایسے معتبر اخبارات کی مثالیں پائی جاتی ہیں کہ ان اخبارات میں کسی خبر کا شائع ہو جانا ہی اس بات کی ضمانت ہے کہ وہ خبر صداقت پر مبنی ہے۔ ہندوستان میں کئی ایسے اخبارات ہیں جو اپنی حق گوئی کے لیے اتنے مشہور اور مقبول ہیں کہ لوگ ایسی تمام خبروں پر یقین کر لیتے ہیں جو ان اخبارات میں اشاعت پذیر ہوتی ہیں۔ گویا ان اخبارات سے صحیح خبروں کی اشاعت کی ایسی شاندار روایت قائم کر رکھی ہے کہ لوگ ہر ایسی بات کو حد درجہ معتبر سمجھ کر ان پر ایمان لے آتے ہیں جو ان مستند اور معتبر اخبارات میں شائع ہوتی ہے۔ ایسے باوقار اخبارات کی فہرست

میں جہاں لندن سے شائع ہونے والا روزانہ اخبار ''دی ٹائمز'' شامل ہے وہاں جنوبی ہند کا مشہور و معروف اخبار ''دی ہندو'' بھی شامل ہے۔

کسی بھی اخبار کی ایسی شہرت، نیک نامی اور مقبولیت کے لیے اخبار کا تمام عملہ ذمہ دار ہوتا ہے۔ نامہ نگار بھی دیانت داری سے صحیح خبریں فراہم کرتے ہیں اور مدیر بھی اپنے فیصلوں سے اخبار کی وقعت میں اضافہ کرتے ہیں۔ یہاں یہ یاد دلانا بھی ضروری ہے۔ کہ اگر اخبار ایک بار قارئین کی نظروں سے گر جائے تو وہ دوبارہ اعتماد حاصل کرنے میں عموماً ناکام رہتا ہے یعنی ایسی شہرت ایک ایسا آبگینہ ہے جس کی سخت حفاظت کرنی پڑتی ہے۔ صداقت ایک ایسا آئینہ ہے جو ایک بار ٹوٹ جاتا ہے تو کی بھی قیمت پر کسی بھی صورت میں دوبارہ نہیں جڑ سکتا۔ شیشہ میں جب بال آجاتا ہے تو وہ ہمیشہ کے لیے آئینہ کو داغدار بنا کر رکھ دیتا ہے۔

کسی خبر کو چھاپ دینے کے بعد پھر اس کی تردید چھاپ دینے سے یا معذرت طلب کرنے سے بھی اخبار کی واقعات کو زبردست جھٹکا لگتا ہے اور قارئین کی نظروں میں ایسے اخبار کا وقار کم ہونے لگتا ہے۔ معذرت کبھی کبھار ہی اچھی لگتی ہے۔ بار بار معذرت ناموں کا شائع ہونا اخبار کی کمزوری کی علامت ہے۔

بعض اوقات کسی خبر کی سرخی تو سنسنی خیز چھاپ دی جاتی ہے مگر خبر کے مواد میں ایسی کوئی خاص حقیقت یا کیفیت یا حیرت انگیز تفصیل نہیں ہوتی جو زوردار سرخی سے انصاف کرتی ہو۔ ایسی گمراہ کن حرکت سے قارئین اخبار کی پالیسی سے نالاں ہو جات ہیں۔ کچھ ایسی خبریں ہوتی ہیں جو اخبار کی پالیسی سے کچھ جدا ہوتی ہے۔ اگر

ایسی خبروں کو بالکل شائع نہ کیا جائے تو قارئین ناراض ہوتے ہیں۔اگر اخبار صرف ''بڑی'' خبروں کو زیادہ اہمیت دینے لگے اور چھوٹی موٹی یا مقامی خبروں کو نظر انداز کرنے لگے تو قارئین ناخوش ہو جاتے ہیں۔

اگر کسی خاص خبر کو بار بار شائع کیا جائے یا کسی بات پر ضرورت سے زیادہ زور دینے کی کوشش کی جائے یا قارئین محسوس کرنے لگیں کہ اخبار ایک خاص طریقہ سے اپنے خیالات یا نظریات قارئین پر ٹھونسنے کی کوشش کر رہا ہے تو ایسی باتیں بھی اخبار کی غیر مقبولیت کا باعث بن جاتی ہیں۔

انٹرویو شائع کرتے وقت اہم شخصیتوں کے بیانات کو غلط طریقہ پر پیش کر دیا جائے یا ان کے خیالات کو توڑ مروڑ کر شائع کرنے کی کوشش کیجائے اور بعد میں تردیدی بیانات شائع ہو جائیں تو اخبار کی نیک نامی پر دھبہ لگتا ہے اور قارئین کا اعتماد بھی کم ہونے لگتا ہے۔اگر افواہوں کی خبروں کی صورت میں شائع کیا جائے اور جلد ہی ایسی خبریں بے بنیاد افواہیں ثابت ہو جائیں تو قارئین اخبار کی نیک نیتی پر شک کرنے لگتے ہیں۔

ہر معاشرہ میں اچھائیاں بھی ہوتی ہیں اور برائیاں بھی۔اگر اخبار صرف جنسی معاملات کی تفصیلات ، جرائم کی خبریں ، زنا بالجبر کی وارداتیں ،غبن کی سنسنی خیز اطلاعات ، چوری ، ڈکیتی ،اغوا جیسی گھناؤنی خبروں کو اہمیت دے کر سماج کو صرف تاریک تصور پیش کرنے میں مصروف ہو جائے تو قارئین کو اخبار سے شکایت پیدا ہو جاتی ہے۔سماج کی عمدہ باتوں ،فلاح و بہبود اور ہمہ جہتی ترقی کی خبروں کو اہمیت دینا

بے حد ضروری ہے۔ معاشرہ میں کسی ایسے واقعات یقین طور پر رونما ہوتے ہیں جن سے انسانی شرافت کی بو باس آتی ہے۔ حوصلہ افزا باتوں سے سماج میں خوشگوار ریت لائی جا سکتی ہے۔ یعنی اخبار کے لیے ضروری ہے کہ وہ ہر معاملہ میں اعتدال سے کام لے، عام قاری کو ہمیشہ ذہن میں رکھا ائے۔ ہر اخبار کا خریدار اخبار سے عدل پسندی کا طالب ہے۔ وہ چاہتا ہے کہ اخبار ہمعصر سماج کا صحیح عکس پیش کرتا رہے ایک صحافی کو بڑے سے بڑے افسر سے ملاقات کرنی پڑتی ہے اور معمولی انسانوں سے بھی روابط رکھنے ہوتے ہیں۔ حکمران طریقہ میں مختلف شعبوں کے سربراہوں سے تعلقات روا رکھنے پڑتے ہیں۔ تعلقات بڑھتے ہیں تو رفاقت اور تعاون میں اضافہ ہوتا ہے۔ ممکن ہے کہ ایسی گہری دوستی کی وجہ سے صحافی کو کچھ ایسی معلومات نصیب ہو جائیں جو عام حالات میں حاصل نہیں ہوا کرتیں۔ اگر اتفاقاً ایسی خبر یا اطلاع یا تفصیل کسی صحافی کو مل جائے تو صحافی کا یہ فرض ہے کہ وہ ایسی خبر شائع کرنے سے پہلے متعلقہ فرد سے باقاعدہ زبانی یا تحریری اجازت حاصل کرلے۔ اگر وہ انجانے میں یا بھرپور اعتماد میں دی گئی خبر یا اطلاع کو اخبار میں اچھال دے تو متعلقہ فرد کا اعتماد ہمیشہ کے لیے اٹھ جائے گا۔ ایسے معاملات میں صحافی کا اخلاقی جرأت سے کام لینا ضروری ہے۔

بعض اوقات صحافی کو ایسی اطلاع دی جاتی ہے جو صیغۂ راز میں رکھی جانی ضروری ہوتی ہے۔ کبھی کبھی یہ گزارش کی جاتی ہے کہ آگاہی صرف اطلاع کے لیے ہے اور اس کی نشر و اشاعت ہرگز نہ کی جائے۔ ایسی صورت میں صحافی کا یہ شریفانہ

شیوہ ہونا چاہیے کہ وہ رز دارانہ بات کو راز ہی میں رکھے۔اگر ایسی خبر کی اشاعت کی صحافی کو بہت جلدی ہے تو وہ واضح الفاظ میں خبر دینے والے متعلقہ فرد کی اجازت طلب کرے۔اگر اجازت بہ خوشی دے دی گی ہے تو وہ خبر ضرور شائع کرے۔اگر وہ شخص منع کر دے تو صحافی پر یہ فرض عائد ہو جاتا ہے کہ وہ راز کی بات راز ہی میں رکھے اور اس کی اشاعت سے بکھیڑا نہ کھڑا کر دے۔خالص اعتماد کے ساتھ دی گئ معلومات کو اپنے تک محدود رکھنا ہر انسان کا اخلاقی فریضہ ہے۔صحافی اس اصول سے انحراف نہ کریں اور اعتماد شکنی کے مرتکب نہ ہوں۔

سچی بات سو فی صد سچ ہوتی ہے۔کبھی ایسا نہیں ہوتا کہ سچ بات اسی فی صد یا ساٹھ فی صد سچ ہو۔صداقت یا راست بازی ہمیشہ خالص ہوتی ہے۔اخبارات صداقت اور صرف صداقت کی اشاعت کرے۔ہر قوم کی دانش مندی اور تہذیب کی جانچ اس کے اخبارات کی کثرت اور ان کے مواد کی درستگی سے ہوتی ہے۔ ہر اخبار کو جہاں تک ممکن ہو طرفداری اور جھوٹ اور انسانی اخلاق پر پلید اثر ڈالنے والی باتوں سے پاک رہنا چاہیے۔اخبار پر لازم ہے کہ وہ صرف سچی خبروں، پاک خیالات اور مفید نصائح کا ذریعہ ہو۔

ہر اخبار نویس کو یہ بات ذہن میں رکھنی چاہیے کہ اخبار گھروں میں جاتا ہے اور خاندان کے سبھی افراد کی نظریں اخبار کے صفحات پر پڑتی ہیں۔اخبار میں ایسی کوئی گندہ یا فحش بات یا بیہودہ تصویر نہیں دی جانی چاہیے جس سے بڑھنے یا خریدنے والوں کو خفت یا تاسف کا سامنا کرنا پڑے۔

جرائم کی خبریں ایسے انداز سے شائع نہ کی جائیں کہ عام قاری کے ذہن میں ایسے جرائم کے ارتکاب کی خواہش انگڑائیاں لینے لگے۔ واجبی ہے کہ جرائم کی تفصیلات اس طرح دی جائیں کہ پڑھنے والا جرم اور مجرم دونوں سے نفرت کرنے لگے۔

اخبار ایک معاشرتی ادارہ ہے۔ سماج کے سبھی طبقات کا حق اخبار پر ہونا چاہئے۔ کسی بھی اخبار پر کسی ایک خاص طبقہ کی اجارہ داری نہ ہو۔ اخبار میں تمام مختلف گروہوں کے خیالات کا عکاسی ہو۔ ملک کی سماجی اور معاشرتی زندگی میں صحافت ایک مثبت تاریخی کردار ادا کرے۔

جن اخباری اطلاعات میں تشہیری عناصر ضرورت سے زیادہ محسوس ہوں ایسے مواد کی اشاعت کے ساتھ یہ بات بھی واضح کر دی جائے کہ کس ذریعہ یا وسیلے سے وہ مواد حاصل ہوا ہے تاکہ قارئین خود اپنے فیصلے کر سکیں۔ پروپیگنڈہ مواد کو جان بوجھ کر خالص خبروں کی صورت میں شائع کرنا صحافتی بد دیانتی ہے۔ صداقت کے اصولوں کو تجارتی مقاصد کے لیے ہرگز قربان نہ کیا جائے۔ صداقت، امانت، دیانت، شرافت اور نفاست ہر اچھے اخبار کے نام ونشان ہوں تو صحافت کی لاج رہ جائے گی۔ ضرورت ہے کہ اخبارات کی وقعت ہمیشہ بڑھتی رہے۔ ملک کی اصلاح و قوم کی بہبودی کے لیے خامہ فرسائی کرنا ہر ذمہ دار اخبار کا فرض ہے۔ اخبار بالفعل وقوع میں آنے والی باتوں کا آئینہ ہو۔ یہ بات ہمیشہ یاد رہے کہ صحافت ایک اونچا پیشہ ہے اور اس کے وقار کا تحفظ ہر صحافی کا فرض ہے۔ ہر اخبار کا ایک واضح انداز فکر

ہو اور ایک مخصوص نظریہ ہو۔ ہر صحافی صحافت کے معیار کو بلند کرنے کے لیے وقف رہے۔

کامیاب صحافی کے لیے لازمی لیاقتیں

صحافت میں کامیابی حاصل کرنے کیلئے جن اہلیتوں، قابلیتوں اور ضروری لیاقتوں کی ضرورت ہے انہیں ہم تین حصوں میں تقسیم کر سکتے ہیں:

(1) جسمانی، (2) ذہنی اور (3) اخلاقی۔

جسمانی:

صحافت میں مصروف رہنے کے لیے کسی بھی مرد یا عورت کا جسمانی طور پر مضبوط ہونا ضروری ہے۔ صحت مند افراد اس میدان میں سرگرم عمل ہوں تو بہتر ہے۔ جسمانی طور پر کمزور افراد اپنے آپ کو صحافتی ذمہ داریوں میں مجبور و معذور پائیں گے۔ اس کا ہرگز یہ مطلب نہیں کہ پہلوان قسم کے لوگ یا گٹھیلے جسم والے لوگ ہی صحافی بننے کی کوشش کریں۔ مدعا صرف یہ ہے کہ صحافت حقیقی معنوں میں محنت و مشقت کا کام ہے، نحیف اور معمر افراد یا عموماً بیمار رہنے والے عملی صحافت میں مقابلتاً ناکام رہ جائیں گے۔

صحافت ایک مسلسل مصروفیت ہے۔ اس میں تعطیلات نہ ہونے کے برابر ہیں۔ رات اور دن کی پرواہ کیے بغیر صحافی کو اخبار کے دفتر میں یا بیرون دفتر مشغول

رہنا پڑتا ہے۔ اکثر رات گئے تک اخباری کام کرنا ہوتا ہے۔ کھانا کھانے کے اوقات عام دفاتر کی طرح متعین اور یقین نہیں ہوا کرتے۔ بھوک اور پیاس کی شدت برداشت کرتے ہوئے بھی کبھی خبروں کی ترسیل میں مصروف رہنا پڑتا ہے۔ وقت بے وقت جائے واردات پر پہنچنا پڑتا ہے۔ اگر سواری کا انتظام نہ ہو یا بد قسمتی سے سواری بگڑ جائے تو پیدل چل کر منزل مقصود پر جلد سے جلد پہنچنے کی کوشش کرنی ہوتی ہے۔ اخباری نامہ نگاروں کو جہاں صدر جمہوریہ یا وزیر اعظم، گورنر ریاست یا وزیر اعلیٰ سے ملنے کی ضرورت پڑتی ہے وہاں گندے علاقوں میں جھگیوں میں رہنے والے نادار انسانوں سے بھی ملاقات کرنے کی ضرورت پڑتی ہے۔ صحافی صرف عظیم الشان ہوٹلوں میں پر تکلف ضیافتوں میں شریک نہیں ہوتے، انہیں فاقہ زدہ علاقوں میں بھی جا کر خبریں لانی ہوتی ہیں۔ وہ صرف زرق برق لباسوں والی شادی کی محفلوں میں جانے پر اکتفا نہیں کرتے انہیں حادثاتی اموات کے مقامات پر بھی حاضری دینی پڑتی ہے۔ انہیں قتل و غارتگری کے علاقوں میں جانا ہوتا ہے۔ کبھی زبردست حادثوں میں ہلاک ہونے والوں کی لاشوں سے ان کا سامنا ہوتا ہے۔ اور کبھی شدید طور پر مجروح افراد سے ملاقات کی ضرورت پڑتی ہے۔ ظاہر ہے کہ، مختلف اور متعدد اقسام کی جگہوں پر جانے، ہر طرح سے سفر کرنے، غیر متوقع سفر کی صعوبتیں برداشت کرنے کے لیے کسی بھی صحافی کا جسمانی طور پر مضبوط، توانا اور صحت مند ہونا ضروری ہے۔ نازک مزاج، جلد تھک جانے والا، زود رنج، آرام پسند یا کاہل انسان صحافتی ذمہ داریاں بخوبی انجام نہیں دے سکتا۔

ذہنی:

صحافت میں ذہنی قوتوں کا استعمال زیادہ ہوتا ہے۔عقل فہم، ذکاوت، جودت، زود فہمی، زودرسی ،فراست اور ذہنی رسائی کے ساتھ صحافیانہ ذمہ داریاں زیادہ کامیابی کے ساتھ نبھائی جاسکتی ہیں۔دانا، ذکی اور دانشمند فرد اپنی روشن خیالی سے خبر رسانی کا کام زیادہ بہتر طریقہ پر کرسکتا ہے۔ ہر صحافی کے لیے ذہین اور معقولیت پسند ہونا ضروری ہے۔ہوشیار اور حقیقت پسند انسان جلد ہی اس میدان میں ترقی کے زینے طے کرسکتا ہے۔

صحافت میں کامیابی کے لیے اعلی تعلیم کی بہت ضرورت ہے۔تعلیم کے علاوہ صحافی کا معلومات عامہ سےزیادہ سے زیادہ واقف رہنا بہت اہم ہے۔ حالات حاضرہ کو سمجھنے اور اپنی رائے قائم کرنے کے لیے صحافی کا ذکر اور بالغ نظر ہونا ضروری ہے۔اخبارنویس کے خیالات اور معلومات کا وسیع ہونا لازمی ہے۔مشاہدہ کرنے کی عادت کے بغیر صحافی ناکام رہتا ہے۔قوت امتیاز کسی بھی صحیفہ نگار کے لیے بہت ضروری ہے۔کسی بھی صحافی کو اپنے کام میں دل و جان سے مشغول رہنے کے لیے ہمیشہ تیار رہنا چاہئے۔سست اور کام چور انسان اس محنت اور دقت طلب مشغلے میں

بری طرح ناکام رہے گا۔عوام اخبارات کو عام معلومات حاصل کرنے کا ایک آسان ذریعہ سمجھتے ہیں،لہذا ضروری ہے کہ اخبار کے ادارہ تحریر میں کام کرنے والے افراد کافی پڑھے لکھے ۔مہذب ، متمدن اور صحیح استدلال سے کام لینے کے شائق اور عادی ہوں۔صحافی کی اسکول یا کالج کی تعلیم خاصی نہ رہی ہوتو وہ وسیع مطالعہ سے اپنا علمی معیار مسلسل بلند کرسکتا ہے۔جس زبان کے اخبار سے صحافی کا تعلق ہو اس زبان پر صحافی کو عبور حاصل رہنا چاہیے ۔چونکہ ہندوستان میں خبریں ٹیلی پرنٹر پر،تار برقی سے، اعلامیوں میں اور دیگر وسیلوں سے انگریزی زبان میں موصول ہوتی ہیں صحافی کا انگریزی زبان سے زیادہ واقف ہونا بہت ضروری ہے۔ترجمے کے لیے بھی دونوں زبانوں پر یکساں حاوی رہنا ضروری ہے۔کسی بھی زبان میں تحریر کے لیے اس زبان سے گہری عقیدت اور محبت بھی ضروری ہے۔متعلقہ زبان کے قواعد یعنی صرف ونحو میں ماہر ہونا مفید ہے۔زبان کے محاورات سے واقفیت بھی کافی مددگار ثابت ہوتی ہے۔ جہاں تک ہو سکے تحریر ازروئے قواعد زبان صحیح ہوتو بہتر ہے۔ وقت ضرورت کتاب القواعد کا مطالعہ کرلینا ایک اچھی عادت ہے۔لغت یا ڈکشنری صحافی کی مستقل معاون رہےتو کئی فائدے ہیں۔

صحافت میں ترقی اور کامرانی کے لیے کسی بھی فرد کا عام سطح پر ذرا بلند سطح پر ذہین ہونا ضروری سمجھا جاتا ہے۔صحافت میں تیزی اور مستعدی کا اہم مقام ہے۔ اخبار نویسی خبروں کے منتخب اور مسترد کرنے کا ایک مسلسل عمل ہے۔خبر کی اہمیت پہچاننے کے لیے ایک خاص شعور کی ضرورت ہوتی ہے۔خبروں کے انتخابات میں صحیح

احساس ، معاملہ فہمی ،محل شناسی اور ایک خصوص ادراک کی ضرورت ہے۔ایک امتیازی ذہن ایسی خدمت بخوبی انجام دے سکتا ہے۔آج کل خبروں کی تعداد بڑھتی ہی چلی جارہی ہے،ضروری خبروں کو غیر ضروری خبروں سے علاحدہ کر کے مناسب انداز سے پیش کرنے کے لیے ایک خصوصی قوت مدد کہ درکار ہے۔کسی بھی بات کو تاخیر سے سمجھنے والا کج فہم شخص یا سست رفتار انسان صحافت جیسے طالب فہم اور برق رفتار عملی میدان میں مات کھا جائے گا۔

صحافت میں برتری کے لیے متعلقہ زبان کی زود نویسی شارٹ ہینڈ Short Hand سے واقفیت بہت مفید ہوتی ہے۔اگر متعلقہ زبان کے ٹائپ رائٹر پر ٹائپ کر لینے کی مشق ہو تو کام میں زیادہ روانی اور آسانی آجاتی ہے۔خصوصی طور پر انگریزی اخبارات میں کام کرنے والے نامہ نگاروں اور نائب مدیروں کے لیے ٹائپ رائٹنگ اور شارٹ ہینڈ کی مہارت کافی مددگار ثابت ہوتی ہے۔

کہتے ہیں کہ صحافی کو ہر عنوان یا موضوع پر کچھ نہ کچھ معلوم ہونا ضروری ہے کہ اور کم از کم کسی نہ کسی ایک موضوع پر سب کچھ معلوم ہو تو بہتر ہے یعنی وہ کسی ایک خاص موضوع پر خاصی مہارت رکھتا ہو مثلاً ایک صحافی امور خارجہ پر ماہر ہو سکتا ہے۔ دوسرا صحافی مشرق وسطی کے حالات اور واقعات پر عبور حاصل کر سکتا ہے۔کوئی آئینی قوانین پر قابو حاصل کر لے تو کوئی بین الاقوامی تعلقات پر تمام معلومات کا مخزن بن جائے تو بہتر ہے۔

صحافی کسی خاص نظریہ سے اپنا ناطہ نہ جوڑے۔ اگر وہ سرمایہ پرستانہ یا

کمیونسٹ خیالات کے زیر اثر ہوتو وہ خبروں کی ترتیب و اشاعت میں غیر متعصب نہیں رہ سکے گا۔ اسی طرح اگر کوئی صحافی کسی خاص تحریک یا مہم یا دنی گروہ یا سوامی جی یا پیر و مرشد سے مرعوب ہے تو وہ یقیناً اس تحریک یا فرد کی حمایت کرنے لگے گا۔ ہر معاملہ میں صحافی کا کسی بھی نوعیت کی عصبیت سے پاک ہونا لازمی ہے۔ صحافی کسی خاص طریق یا مسلک پر فریفتہ ہو جائے تو وہ یقینی طور پر اس تحریک کی تشہیر یا تبلیغ پر زیادہ پر زیادہ توجہ دینے لگے گا۔ ایسی روش صحافت کے زریں اصولوں ک خلاف ہو گی۔ لہذا صحافی اسی اندھادھند جانب داری سے ہر ممکنہ احتراز کرے۔

اخلاقی :

جسمانی اور ذہنی اہلیتوں کے علاوہ صحافی میں متعدد اخلاقی محاسن ہونے لازمی ہیں۔ بنیادی طور پر ہر اخبار نویس کو ملنسار ہونا چاہیے۔ سماج کے ہر طبقہ کے افراد سے اخبار نویس کا مسلسلہ واسطہ پڑتا ہے۔ مختلف لوگوں سے میل ملاپ، گفت وشنید اور اشتراک عمل سے صحافی کوئی نئی معلومات بآسانی مل سکتی ہیں۔ یار باش انسان سے لوگ جلد بے تکلف ہو جایا کرتے ہیں۔ دوستانہ ماحول میں صحافی کام زیادہ سہولت سے لے کر سکتا ہے۔ اٹھارویں صدی کے فلسفیوں کا نظریہ تھا کہ انسانی معاشرت کی بنیاد ایک معاہدے پر پڑی جو انسانوں نے مل کر کیا تھا۔ غرض ایک مجلسی، بے تکلف اور ملنسار یا مدنی الطبع انسان زیادہ کامیاب صحافی بن سکتا ہے۔ جو شخص انسان دوستی کے جذبات سے عاری ہے وہ بری طرح ناکام ہوسکتا ہے۔ بنی نوع انسان سے

ہمدردی کے جذبات صحافی میں ہونے ضروری ہیں۔انسان دوست اخبار نویس زیادہ سہولت سے خبریں جمع کر سکتا ہے۔تنہائی پسند، الگ تھلگ رہنے کا شائق، صرف خواص سے ربط ضبط کا خواہشمند، پڑھا لکھا گوشہ نشین، ناشائستہ، غیر مہذب، تحکم پسند، متکبر، کٹر نظریہ پرست اور اپنی قابلیت پر گھمنڈ کرنے والا انسان صحافتی دنیا کے لیے نا قابل اور نا اہل ثابت ہوتا ہے۔صحافت کی دنیا ایک مسابقتی دنیا ہوتے ہوئے بھی میدان عمل میں ایک دوسرے کے احترام پر زور دیتی ہے۔

صحافی ایک افسانہ نگار نہیں ہے جو تصور کی مدد سے تخیلاتی تانے بانے بن لیتا ہے۔صحافی ایک با مقصد قلمکار ہے جو وقائع و حوادث کو قلمبند کرتا ہے یعنی صحافی ہمعصر مؤرخ ہے اور اپنی خدمات سے آنے والی نسلوں کے لیے ایک معتبر دستاویز تحریر کر رہا ہے۔ایسی عظیم ذمہ داری کا بار ایسا شخص ہی اٹھا سکتا ہے جو معقول، مہذب، ملنسار اور منفرد ہو۔اس کام کے لیے صحافی کو انسانوں میں بسنا ہوتا ہے، ان کی دلچسپیوں سے دلچسپی لینی ہوتی ہے، ان کی خوشیوں میں خوشی کا اظہار کرنا ہوتا ہے اور ان کی مصیبتوں میں ہمدردی جتانی ہوتی ہے، ان کے خدشات دور کرنے ہوتے ہیں اور تب کہیں جا کر عام انسانی بھی صحافیوں سے تعاون پر رضامند ہوتے ہیں۔ظاہر ہے کہ خلوت پسند یا قناعت پسند فرد عام انسانوں سے جلد فیقانہ تعلقات استوار نہیں کر سکتا۔خبریں جمع کرنے کے لیے انسان کا انسان سے ہمکلام ہونا بہت ضروری ہے۔خبریں آسمان سے نہیں ٹپک پڑتیں۔خبریں کسی خود کار مشین سے نہیں بنائی جاتیں۔خبروں کو جمع کرنے کے لیے انسانی تعاون ناگزیر ہے۔دفتر میں کام کرنے

والے صحافیوں کوبھی اپنے ساتھیوں سے بات چیت کرنے کی ضرورت ہے۔اور ایک دوسرے تبادلہ خیال یا گفتگو کے بغیر کام و کاج آگے نہیں بڑھتا۔لہذا صحافت کے ہر شعبہ میں دوستانہ رویہ جاری رکھنے والوں کی یقینی کامیابی ہے۔تنہائی پسند انسان سے صحافت ناممکن ہے۔یہ ایک ایسا عمل ہے جس میں ہر کسی کا کسی دوسرے پر انحصار ہے۔باہمی رفاقت، مفاہمت، عملی تعاون اور خوش خلقی سے صحافتی ذمہ داریوں میں عمدگی اور افادیت پیدا ہوتی ہے۔

صحافی کے لیے ضروری ہے کہ وہ کہنے سے زیادہ سننے کا عادی ہو۔ بے تکی باتوں سے پرہیز کرے۔گپ شپ میں اپنا وقت ضائع نہ کرے۔دیگر افراد کے احساسات اور جذبات کا لحاظ کرے۔ ہرکسی کو اپنے رائے ظاہر کرنے کا حق ہے اور کوئی شخص کسی معاملہ پر اپنی ذاتی رائے کا اظہار کرے تو اسے گوارا کرے۔خواہ وہ رائے صحافی کو پسند ہو یا ناپسند۔ اس کا فرض ہے کہ رپورٹ لکھتے وقت یا تدوین کرتے وقت اپنی ناپسندیدگی کو بالائے طاق رکھ کر اپنی صحافی ذمہ داری نبھائے۔

ظاہری خوبیوں کے علاوہ صحافی میں کئی باطنی محاسن کو ہونا بھی ہوں۔صحافی کا ضمیر پاک رہے۔اچھے برے کی اخلاقی تمیز میں طاق ہو۔آگاہی اور وقوف کے ساتھ وہ اپنی صحافتی خدمات راست بازی سے انجام دینے کا اہل ہو۔اس کا ایمان اور احساس ہمیشہ بیدار رہے۔

صحافت میں ناکامیوں کا بھی سامنا کرنا پڑتا ہے۔کئی بار پریشانیوں اور پشیمانیوں سے دو چار ہونا پڑتا ہے۔محرومی اور ناکامی میں بھی مسکراتے رہنے کی خو

ضروری ہے کبھی کبھی محنت کے باوجود کسی نہ کسی وجہ سے کام رائیگاں ہو جاتا ہے۔ ایسے ناگوار موقعوں پر ہمت سے کام لینا چاہیے۔ان سب کے لیے اخلاقی جرات کی ضرورت ہوتی ہے جو صحافی میں بدرجہ اتم ہونی چاہیے۔ ناکامیوں کے زینے پار کرنے کے بعد ہی کامیابی کی منزل سامنے آتی ہے ۔خود اعتمادی سے آگے بڑھنے کی کوشش کرتے رہنا چاہیے۔ثابت قدمی اور استقلال کے بغیر صحافت میں کامیابی غیر یقینی ہے۔صحافی متواتر اپنے طریق عمل پر جما ہے اور وقتی ناکامیوں سے کبھی ہراساں نہ ہو۔خوش اخلاق اخبار نویس کو ہر جگہ خوش آمدید کہا جاتا ہے۔

ایک کامیاب اخبار نویس کو سفری ایجنٹ کی قوت برداشت، کوہ پیما کی ہمت، صبر ایوبؑ، پولی کی احتیاط پسندی، وکیل کی حاضر دماغی، جج کی غیر جانب داری، اداکار کی تغیر پذیری، ناول نویس کی قوت تخیل، صناع کی باریک بینی، فلسفی کے ضبط، ماہر علم نفسیات کی ہمدردی اور ان سب سے بڑھ کر ایک دردمند انسان کی رواداری، خیر خواہی اور مروت کا حامل ہونا چاہیے۔

باب 2

خبر کسے کہتے ہیں؟

کچھ سوالات ایسے ہوتے ہیں جن کے جوابات ہم جانتے ہیں مگر مناسب ترین الفاظ میں ان کا اظہار ہمارے لیے ایک بہت مشکل امر ہے۔ ''محبت کیا ہے؟''، ''زندگی کیا ہے؟''، ''سچ کسے کہتے ہیں؟'' کچھ ایسے ہی اہم اور دلچسپ سوالات ہیں۔ بالکل اسی زمرے کا یہ سوال ہے کہ ''خبر کسے کہتے ہیں؟''

اکثر لوگ اچھی طرح جانتے ہیں کہ خبر یا اطلاع کس شئے کا نام ہے لیکن جب مختصر الفاظ میں تعریف کرنے کی ضرورت پڑتی ہے تو ذرا مزاحمت ہو جاتی ہے۔
بعض اسی غلط فہمی میں مبتلا ہیں کہ خبر یعنی نیوز News سے چار سمتوں کا تعلق ہے یعنی

North=N

East=E

West=W

South=S

یعنی چاروں طرف کی اطلاعات کو ''نیوز'' یا ''خبر'' یا ''اطلاع'' کہتے ہیں۔

کچھ لوگ اس خیال میں مبتلا ہیں کہ یہ انگریزی لفظ ''نیو'' New سے ماخوذ ہے اور لفظ ''نیوز'' New لفظ ''نیو'' کی جمع ہے۔

ایک مقبول امریکی اخبار نویس جان، بی، بوگارٹ، سٹی ایڈیٹر، نیویارک سن‘‘ نے کافی سال پہلے ایک ہلکی پھلکی مگر معنی خیز تعریف یوں کی تھی کہ:

’’اگر کتاب انسان کو کاٹے تو وہ خبر نہیں، البتہ انسان کتے کو کاٹے تو وہ خبر ہے۔‘‘

گویا جو بات بھی معمول کے خلاف ہو یعنی ’’غیر معمولی‘‘ ہو وہ ’’خبر‘‘ ہے۔

مختلف محققین اور مصنفین نے متعدد انداز سے خبر کی تعریفیں پیش کی ہیں۔ ایسی سینکڑوں تعریفوں کا ماحصل یہی ہے۔ کہ ’’خبر کا دلچسپ ہونا ضروری ہے۔ اس میں کوئی نئی بات کہی گئی ہے۔ تفصیل غیر معمولی ہو۔‘‘ جو بات کسی مقام کی کسی کو سننے میں آئے وہ خبر ہے۔ لفظ اخبار ’’خبر‘‘ کی جمع ہے یعنی بہت سی خبریں۔ ’’خبر‘‘ دراصل ایک عربی لفظ ہے۔

تقریباً ہر ایک مصنف نے اپنے اپنے طور پر خبر کی تعریف کی ہے۔

خبر کی تصریح

ذیل میں چند مشہور تعریفوں کا خاکہ پیش کیا جا رہا ہے:۔

’’خبر ہر وہ درست اطلاع یا نظریہ ہے جس سے قارئین کی اکثریت کو دلچسپی ہو۔‘‘

..........ڈاکٹر ایم، لیل اسپنسر

کسی بھی ایسے اہم واقعہ کی پہلی اطلاع خبر کہلاتی ہے جس سے اخبار پڑھنے والوں کو دلچسپی ہو۔‘‘

..........ایری،سی،ہاپ وڈ

''خبر ایسی اطلاع کی غیر متعصب رپورٹ ہے جس میں کسی تازہ واقعہ یا حادثہ کا حال ہو اور ایسا حال شائع کرنے سے اخبار کے قارئین کی دلچسپی کا سامان مہیا ہوتا ہو۔''

..........ولیم،ایس،مابی

اس کی کی بیسویں توضیحات میں جو عام نکات ہیں،وہ ان باتوں پر اصرار کرتے ہیں:

- بات بالکل نئی ہو
- کسی موضوع پر ہو
- بات بالکل تازہ بلکہ تازہ ترین ہو
- ایسی بات اس سے پہلے کسی کو معلوم نہ ہو
- بات ایسی ہو جس سے عوام میں ہلچل مچے
- بات میں کاملیت ہو اور پڑھنے والا تشنہ نہ رہے
- بات میں عصبیت شامل نہ ہو
- بات سیدھے طور پر کہی جائے
- بات دلچسپی،اختصار اور وضاحت سے پیش کی جائے

جب سے انسان نے ہوش سنبھالا ہے اسے نئی معلومات کی کھوج رہی ہے۔ غذا،لباس اور مکان جیسی بنیادی ضروریات کے پورے ہوتے ہی انسان اپنے

اضطراب کے اطمینان کے لیے یا تفریح طبع کے لیے نئی باتیں جاننے کے لیے بے قرار رہا ہے۔ غاروں میں رہنے والے ابتدائی انسانوں کو بھی نئی باتیں معلوم کرنے اور دوسروں تک پہنچانے کا شوق تھا۔ وہ اشاروں سے، کنایوں سے یا زبانی طور پر نئی باتیں ایک فرد سے دوسرے فرد تک یا ایک قبیلے سے دوسرے قبیلے تک پھیلاتے تھے۔ یہ عمل دنیا کے تقریباً تمام حصوں میں عام تھا۔

خبر عوامی میراث سمجھی جاتی ہے۔ اس لیے برطانیہ میں کاپی رائٹ قوانین کا اطلاق خبر پر نہیں ہوتا بلکہ صرف خبر تحریر کرنے کے سلیقے اور انداز پر ہوتا ہے۔ خبر عوام کے لیے اتنی ناگزیر ہوتی ہے کہ اسے کسی خاص فرد کی ملکیت قرار نہیں دیا جا سکتا۔ خبر سب کے لیے ہوتی ہے۔ خبروں کی اہمیت کا زیادہ صحیح اندازہ لوگوں کو اس وقت ہوتا ہے جب کسی حادثہ، ہڑتال یا تعطیل کی وجہ سے اخبارات بالکل شائع نہیں ہوتے۔ آج کل یہ طے ہے کہ خبروں کے بغیر عام انسانی زندگی محفوظ نہیں ہے۔ خبروں کی ترسیل کی اہمیت کا اس بات سے بھی اندازہ لگایا جا سکتا ہے۔ کہ بعض غیر جمہوری حکومتوں میں سرکاری محکمے خود روزنامہ اخبارات شائع کرتے ہیں۔ جمہوری حکومتوں میں جرائد اور اطلاعاتی مراکز کے ذریعے خبروں کی تقسیم کا انصرام کیا جاتا ہے۔ تقریباً ہر مرکزی اور ریاستی حکومت کا ایک خصوصی مقتدر رسالہ ہوتا ہے جو عام طور سے سرکاری ''گزٹ'' Gazette کہلاتا ہے۔ مثلاً گورنمنٹ آف انڈیا گزٹ، کرناٹک گزٹ۔

مشہور انگریزی مصنف اور صحافی ڈیفو نے کہا تھا کہ سماج کو تقویت خبروں سے

ہی ملتی ہے اور انسان زندگی کے کامیاب چلن میں خبروں کا کوو قیع مقام ہے۔ خبر گویا زمانہ کی آواز ہے ،ہمعصر دور کی ایک اہم پیداوار ہے۔ اخبار کسی بھی قاری کے سامنے پچھلے 24 گھنٹوں کی تاریخ کی ایک جھلک پیش کرتا ہے۔ مشہور ادیب جارج برنارڈ شا کا قول ہے کہ ’’صحافی کا دائرۂ عمل خبروں تک ہے ، سیاسی فلسفوں تک نہیں۔‘‘

کثیر الاشاعت غیر ملکی اخبارات نے خبروں کو زیادہ فوقیت دے کر کافی ترقی کی ہے۔ جیمس گورڈون نیٹ نامی مشہور امریکی ناشر نے اعتراف کیا ہے کہ خبروں کو زیادہ اہمیت دینے میں زیادہ فائدہ ہے۔ یہ عام مشاہدہ ہے کہ لوگ اخبار کو رائے اور تشریح سے زیادہ تازہ ترین خبروں کا مجموعہ دیکھنا پسند کرتے ہیں۔

خبروں کا دائرہ روز بروز وسیع ہوتا جارہا ہے۔ آج کل خبریں زیادہ مختصر اور جامع صورت میں جاذبیت کے ساتھ پیش کی جارہی ہیں۔ پہلے پہل صرف سیاسی ، اقتصادی ، علمی ، ادبی اور ثقافتی امور کو ترجیح دی جاتی تھی۔ آج کل حیات کے تمام شعبہ جات سے خبریں حاصل کی جارہی ہیں اور مشاقی کے ساتھ قارئین کی دل بستگی کے لیے شائع ہورہی ہیں۔ خبروں کے ذریعے پڑھنے والوں کو ایسے مقامات کا حال بتایا جاتا ہے۔ جنہیں وہ بذات خود دیکھ نہیں سکتے۔ ایسے واقعات کی تفصیلات فراہم کی جاتی ہیں جو قاری اپنے آپ حاصل نہیں کرسکتا۔ اخبار کے صفحات کی تفصیلات فراہم کی جاتی ہیں جو قاری اپنے آپ حاصل نہیں کرسکتا۔ اخبار کے صفحات ایک ایسا آئینہ ہیں جس میں موجودہ دنیا کا ایک ضروری اور صحیح عکس پیش کیا جاتا ہے۔

صحافت کا منشاء خبروں کو جمع کرنا ،معلوم کرانا اور سمجھانا ہے۔ یہ ایک کار آمد، جوابدہ اور اہم شغل ہے جسے با عزت طریقے پر جاری رکھ کر معاشرہ کی بہت بڑی خدمت انجام دی جاتی ہے۔خبروں کے ذریعے ایسی باتوں کی اطلاعات بہم پہنچائی جاتی ہیں جو واقع ہو چکی ہیں یا واقع ہونے والی ہیں یا متوقع تو تھیں مگر کسی وجہ سے واقع نہ سکیں۔خبروں میں اطلاع بھی ہوتی ہے اور انتباہ بھی۔خبروں سے مسرت بھی پھیلائی جاتی ہے اور دہشت بھی۔خبریں اچھی بھی ہوتی ہیں اور بری بھی۔ کچھ خبروں سے عوام کا دل بہلتا ہے اور کچھ خبروں سے دل دہلتا ہے۔خبریں تبسم بھی بکھیرتی ہیں اور قارئین کو بری طرح خوفزدہ بھی کرتی ہیں۔

ہر اخبار کی کوشش یہی ہوتی ہے کہ ہر اہم خبر سب سے پہلے اسے ملے اور خصوصی خبریں شائع کرنے پر قارئین میں اس کا سر بلند رہے۔ ہر اخبار ''اسکوپ'' Scoop یعنی ایسی ''خصوصی'' خبر چھاپنے کا خواہشمند ہوتا ہے جو حریف اخبار میں بالکل شائع نہ ہو۔ ہر اخبار نویس کی یہ آرزو ہوتی ہے کہ وہ ایسی خبریں زیادہ سے زیادہ مقدار میں جمع کرے جو ''خصوصی'' ہوں اور دیگر اخبارات میں شائع ہوں بھی تو اس اخبار کے حوالے سے شائع ہوں جس میں یہ خبر سب سے پہلے شائع ہوئی ہے۔

عام نفسیات انسانی کا ماہر بڑی آسانی سے خبر کو ''خبر'' کی طرح پہچان سکتا ہے۔ایک اچھا مدیر یا نائب مدیر یا خبروں کا مدیر (نیوز ایڈیٹر) اپنے وسیع تجربہ کی بناء پر اپنے قارئین کی نبض پہچانتا ہے۔اور جلد از جلد یہ فیصلہ کرنے کی قوت رکھتا ہے کہ

خبر قارئین کی دلچسپی کا باعث بنے گی بھی یا نہیں۔

خبروں کا معیار تقریباً ہر دفتر میں علاحدہ ہوتا ہے، ہر مدیر کے پاس یہ کسوٹی الگ ہوتی ہے۔ جو خبر شہر کے اخبار کے لیے اہم خبر ہوتی ہے۔ وہ قصباتی اخبار کے لیے یکساں اہمیت نہیں رکھتی۔ جو خبر انگریزی زبان کے اخبار کے لیے اہم ہے ضروری نہیں کہ وہ کسی علاقائی زبان کے اخبار کے لیے بھی اہم ہو۔ خبر کی اہمیت ہر **ملک**، ہر حصہ، ہر شہر، ہر تعلقہ اور ہر گاؤں کے لیے علاحدہ ہوتی ہے۔ خبر ایک ایسی تفصیل ہے جسے اخبار کے قارئین پڑھنا پسند کرتے ہیں اور یہ بھی صحیح ہے کہ خبر ایک ایسی رپورٹ ہے جسے اخبار کے مدیر منتخب کر کے شرمندۂ اشاعت کرنا چاہتے ہیں۔

خبر کا ایک اہم عنصر ''قرب مکانی'' ہے۔ خبر جتنی نزدیکی ہو اتنی ہی بے تابی سے پڑھی جائے گی۔ ترکی کے کسی قریہ میں زلزلوں کے جھٹکوں کی خبر جس میں ہزاروں افراد تباہ ہوں گے ہندوستانی بستی میں زلزلہ کا خفیف سا جھٹکا محسوس ہوا ہو تو قارئین اضطرابی کے ساتھ خبر کی ہر سطر پڑھنے سے دلچسپی لیں گے۔

عوام صرف ایک ہی نوعیت کی خبریں نہیں چاہتے۔ وہ مختلف النوع خبروں کا مطالعہ کرنا پسند کرتے ہیں۔ دنیا میں ہر قسم کے لوگ ہیں اور ہر قسم کی خبروں سے دلچسپی لیتے ہیں۔ اخبار میں تمام قارئین کی دلچسپی بالکل یکساں ہو ہی نہیں سکتی۔ خبریں جمع کرتے وقت نامہ نگار ایک تماشائی، ایک نقاد اور ایک شریک کار نمائندہ ہوتا ہے۔ وہ کسی واقعہ کو اپنی نظروں سے دیکھتا، جانچتا اور چھانٹتا ہے۔

خبر ''بذات خود'' ایک حادثہ، یا واقعہ یا سانحہ یا ماجرا نہیں ہوتی ہے بلکہ وقوع

پذیر حالت کی تحریری رپورٹ ہے یعنی پیش آنے والے معاملہ کی قلمی تشریح ہے۔ گویا ایک صحافی کے سامنے دنیا ایک بازیچۂ اطفال ہے۔ اخبار نویس ساری دنیا کا مشاہد ہے۔ وہ ایک شارح ہے اور ایک تجزیہ کار ہے۔ وہ اپنی خصوصی سمجھ بوجھ سے یہ فیصلہ کرتا ہے۔ کہ کیا بات خبر کے زمرے میں آتی ہے اور کیا نہیں آتی۔

کچھ خبریں پسندیدہ ہوتی ہیں اور کچھ ناپسندیدہ۔ کامیاب خبریں وہ ہیں جو زیادہ سے زیادہ پڑھنے والوں کی توجہ اپنی جانب مبذول کرتی ہیں۔ جو رودادزیادہ سے زیادہ لوگوں کے احساسات میں کھلبلی مچاتی ہے۔ اور جو گہرائی کے ساتھ عوام کو بہلاتی، پریشان کرتی یا غور و فکر پر آمادہ کرتی ہے وہ زیادہ کامیاب خبر مانی جاتی ہے۔ اخبار عوام کے ذوق کے مطابق خبروں کا انتخاب کر کے ہی اپنی مقبولیت کا سلسلہ جاری رکھ سکتا ہے۔

معیاری اخبارات ایسی خبروں کو زیادہ امتیازی حیثیت بخشتے ہیں جو زیادہ تعلیم یافتہ، مہذب اور شائستہ طبقات کے اراکین کی توجہ کا باعث بن سکتے ہیں۔ عامیانہ اخبار ایسی خبروں کو نمایاں طور پر شائع کرنا چاہتے ہیں جس سے سنسنی پھیلے۔ ہیجان انگیز خبروں کو پیش کرتے وقت یہ کوشش کی جاتی ہے کہ لوگ چٹخارے لے کر خبر کو پڑھیں اور اپنے قریبی حلقے میں اس کا چرچا کریں۔ پراسرار خبروں کو زیادہ اہمیت اس نیت سے دی جاتی ہے کہ عام قاری ایسی تحیر آمیز تفصیلات پڑھ کر محظوظ ہوں۔ رسوا کن خبروں کو مرچ مسالہ لگا کر شائع کرنے کی کوشش کی جاتی ہے۔ مہذب حلقوں میں ایسی صحافت کو اچھی نظر سے نہیں دیکھا جاتا۔

دنیا کا ہر روزنامہ اخبار حالات اور واقعات پر تبصرہ اور رائے زنی کرتا ہے۔ اداریے، شذرات، مراسلات، تنقیدیں، جائزے وغیرہ شائع کرتا ہے۔ لیکن کسی بھی اخبار کی توجہ کا اصل مرکز ''خبر'' ہوتی ہے۔ کسی بھی اخبار کی بنیادی وفاداری حقائق اور واقعات کی روداد سے ہوتی ہے۔ صحت مند صحافت کے علمبردار اخبار کے خبروں کی کسوٹی عامیانہ مذاق کے ارزاں اخبارات کی خبروں کی کسوٹی سے حد درجہ جدا ہوا کرتی ہے۔ جس طرح ایک فلم میں کسی کو اچھے مکالمے پسند آتے ہیں تو کسی مار دھاڑ، کسی کو موسیقی اچھی لگتی ہے تو کسی کو مزاحیہ مناظر۔ خبروں کی ضرورت، اہمیت اور مقبولیت تو عالمگیر ہے مگر خبروں کی ترتیب اور درجہ بندی میں یکسانیت ایک غیر ممکن بات ہے۔

اگر کوئی خبر اتفاق سے یا کسی خاص وجہ سے پرانی یا باسی ہوگئی ہو تو اسے حال کے کسی واقعے سے متعلق کر کے تازہ بر تازہ بنا دینا ذہین اخبار نویس کا ایک کارنامہ قرار دیا جاتا ہے۔ اسی طرح جو خبر مطبوعہ اخبار کے لیے ضروری یا دلکش سمجھی جائے وہ ریڈیو یا ٹیلی ویژن یا فلم کے لیے غیر ضروری اور کم دلچسپ سمجھی جاتی ہے۔ بہر حال خبر کی قدر و قیمت، افادیت اور قبولیت کے معیار ہمیشہ متعدد اور مختلف ہوتے ہیں۔ خبر کی بوقلمونی اس کا امتیازی نشان ہے۔ اس طرح خبر کو ایک مختلف النوع اور مختلف الاشکال شے کہنا درست ہوگا۔

اخبار نویسی کی سب سے اہم ذمہ داری خبروں کی تلاش، جستجو، کھوج اور تفتیش ہے۔ ہر اخبار کو ''خبر'' مطلوب ہے اور ہر نامہ نگار کا مقصود ''خبر'' ہے۔ جب کبھی تجربہ

کارنامہ نگار فرصت میں محو گفتگو ہوتے ہیں تو خبروں کی تلاش میں ہوئے غیر معمولی تجربات کا تذکرہ گرمجوشی سے کرتے ہیں۔ خبروں کا حاصل کرنا ایک تخلیقی کوشش اور ہر کامیاب نامہ نگار کی اپنی اپنی عجیب وغریب ،معرکہ الآراء آزمائشیں ہوا کرتی ہیں۔ بعض تو خبروں کے حاصل کرنے کی کوشش کو ایک باضابطہ مہم کا نام دیتے ہیں۔ دنیا کے کامیاب ترین اور عظیم نامہ نگاروں کی آپ بیتیاں ایسی دلچسپ تفصیلات سے بھری پڑی ہیں۔ ان میں سے بیشتر صحافیوں کا کہنا ہے کہ صحافت انکشافات کے دم پر زندہ رہ سکتی ہے۔ اخبارات اگر راز افشا کرنے سے پرہیز کریں گے تو اپنی مطلوبہ خدمات میں ناکام رہیں گے۔

کامیاب خبر وہ ہے جو پڑھنے والے کو چونکاتی ہے۔ جس طرح پھل اور پھول فروخت کرنے والا اپنے بہترین پھل اور پھولوں کو سامنے سجاتا ہے، بالکل اسی طرح ایک کامیاب مدیر صفحۂ اول کی زینت کے لیے ایسی خبروں کا انتخاب کرتا ہے جو قارئین کی اکثریت کے لیے دلکش ہوں۔ ایسی کوشش میں کامیابی کے لیے تھوڑی سی فکر اور تھوڑی سی قوت اختراع کی ضرورت ہے۔ خبروں کے انتخاب کا کام اور جاذبیت کے ساتھ خبریں شائع کر کے عوامی توجہ اپنی طرف کھینچنا ایک دلچسپ کھیل ہے اور اس میں کھلاڑی بننے کے لیے جہاں تجربہ ضروری ہے، وہاں سبک دستی کی بھی بہت ضرورت ہے۔ بیدار مغزی اور جدت طرازی سے بھی کافی مدد لی جاسکتی ہے۔

غور سے دیکھا جائے تو انسان کی کامیوں کا خبر کا پہلو زیادہ ہوتا ہے۔ جب انسان زندگی کی کسی دوڑ میں زبردست ناکامی کا سامنا کرتا ہے تو وہ ناکامی عوام میں

زیادہ دلچسپی کا باعث بنتی ہے۔آدمی بے ایمانی، جعلسازی، غبن، اغوایا ایسی ہی کسی قبیح حرکت میں ملوث ہوتا ہے تو خبر جاندار ہوتی ہے۔ دس غیر اخلاقی حرکتوں میں ملوث انسانوں کی حرکات اخبار میں شائع ہو جاتی ہیں مگر ایک ہزار اچھے اور شریف انسانوں کی زندگی کے واقعات اخبار کے لیے کوئی اہمیت نہیں رکھتے۔ دیگر الفاظ میں امانت، دیانت اور شرافت شاذ و نادر خبر بنتی ہے جبکہ جنگ، جرم، بد دیانتی، اور بد اخلاقی ہمیشہ کامیاب خبر کا درجہ لیتی ہے۔

اگر بازار کھلے ہیں، مدرسے برابر چل رہے ہیں، عام زندگی معمول پر ہے تو اس کی خبر اخبار میں نہیں آتی۔ بازار میں گڑبڑ ہے، کسی ہڑتال کی وجہ سے مدرسے اور کالج بند ہو گئے ہیں اور عام زندگی میں کوئی ابتری پیدا ہو گئی ہے تو اس کی خبر ''اخباری اقدار'' کی کسوٹی پر پوری اترتی ہے۔ یعنی مثبت سے زیادہ منفی حالات میں خبر کا پہلو زیادہ عیاں رہتا ہے۔ خوشگوار، خوش مزہ، خوش نما، فرح بخش، زندہ دل، خوش طبع اور پر مذاق واقعات میں خبر کا عنصر واضح ہوتا ہے لیکن ناخوشگوار، ناپسندیدہ، غیر شائستہ، جھگڑا اور رنج دینے والی اطلاعات میں خبر کا عنصر بہت زیادہ، واضح اور قوی ہوتا ہے۔ جنگ و جدال، جرائم اور غیر انسانی ماحول کے واقعات کو بالکل نظر انداز کر کے اخبار صرف عمدہ، نفیس اور صاف ستھری زندگی کی باتیں شائع کرنے لگے تو شاید قارئین کی دلچسپی اخبار سے کم ہو جائے۔ گناہ میں خبر کی قوت زیادہ پائی جاتی ہے مگر ہم خبر کی اشاعت کو گناہ نہیں کہہ سکتے۔ کسی قتل کی واردات کی تفصیل کے ساتھ ہی کسی مذہبی اجلاس کی روداد شائع ہو تو یہ بہت ممکن ہے کہ لوگ قتل کی خبر کو زیادہ توجہ سے

پڑھیں گے۔ کسی امن پسندانہ تقریر کی تفصیل سے زیادہ کسی جلتے ہوئے بین الاقوامی جھگڑے کی خبر میں عوامی زیادہ گہری دلچسپی دکھائیں گے۔

اخبار چھوٹا ہو یا بڑا، محدود مقبولیت کا ہو یا کثیر الاشاعت، تقریباً ہر اخبار کی ایک روایت، ایک شخصیت اور ایک انفرادیت ہوتی ہے۔ یعنی جس طرح ہر شخص کا اپنا خصوصی کردار ہوتا ہے بالکل اسی طرح ہر اخبار کا بھی ایک کردار ہوتا ہے، ایک پالیسی ہوتی ہے، ایک رویہ ہوات ہے، ایک خصوصی رجحان ہوتا ہے، یہ رنگ اور ''تشخص'' اخبار کی تقریباً ہر بات میں ضرور جھلکتا ہے۔ اس طرح خبروں کے انتخاب اور ترتیب میں یہ خصوصی بات اپنا عمل ضرور نماں کرتی رہتی ہے۔ تحریر کی طرز، سرخیوں اور خبر کی ترتیب یا اشاعتی اہمیت میں یہ امتیازی صفت صاف نظر آتی ہے۔

یوروپی ممالک اور امریکہ اخبارات اپنے ابتدائی دور میں پیدائش، سگائی، شادی بیاہ، اموات، بحری جہازوں کی آمد و رفت، جرائم، اخبار کے نرخوں، سیاسی تغیرات، ٹیکسوں اور ایسی ہی نوعیت کے نسبتاً محدود معاملات کو اہمیت دیا کرتے تھے۔ آج بھی ان میں سے بیشتر واقعات کو فوقیت دی جاتی ہے مگر ہمعصر دنیا میں خبروں کا دائرہ بہت وسیع ہو گیا ہے۔ بعض معاملات کی اہمیت میں کمی واقع ہوگئی ہے۔ مثلاً آج کل ہندوستانی اخبارات پیدائش، سگائی، نام رکھائی وغیرہ گھریلو تقریبات کی خبروں کو زیادہ اہمیت نہیں دیتے۔ شادی بیاہ کی خبروں بھی بڑے اخبارات میں بتدریج کم ہوگئی ہیں۔

خبر کی قسمیں

کچھ ماہرین نے خبر کو دو قسموں میں تقسیم کیا ہے:(1)سخت خبریں،(2)نرم خبریں۔سخت خبر یا ہارڈ نیوز Hard News وہ ہے جو بہت اہم ہے۔حکومت کا کوئی تازہ ترین ایسا فیصلہ جس سے سارے ملک کے حالات پر گہرے اثر پڑسکتا ہے ،اقوام متحدہ میں کسی اہم عالمی مسئلہ پر گفت وشنید یا رائے وہندگی،پولیس کی جانب سے کسی جرائم پیشہ گروہ کی دریافت،کسی ٹیکس میں زیادتی یا تخفیف یعنی ایسی تبدیلی یا غیر معمولی تغیر جس سے عصری زندگی میں نمایاں فرق آتا ہے،جیسی نہایت ضروری خبروں پر بہت گہری توجہ دی جاتی ہے اور تمام ملنے والی تفصیلات اورتشریح کے ساتھ ایسی خبروں کی فوری اشاعت ضروری سمجھی جاتی ہے۔

نرم خبر یا'دسافٹ نیوز''Soft News ایسی خبر ہے جس کی اہمیت سختی خبر سے یقینی طور پر کم ہوتی ہے مثلاً کسی مقام اسکول یا کالج کے کسی ساجی اجلاس کی روداد ،چھوٹے موٹے ایسے جرائم یا حادثات کی خبریں جو عام طور سے رونما ہوتی رہتی ہیں اور روزمرہ کا معمول ہیں،یا کسی مقامی میونسپلٹی یا کسی اور ادارہ کی ماہانہ میٹنگوں کی تفصیل یا کسی شخص کی سوانح عمری وغیرہ،یعنی یہ خبریں ایسی ہوتی ہیں کہ اتفاق سے قاری اس سے بے خبر رہے بھی تو اس کی زندگی میں کوئی خاص فرق نہیں پڑتا۔

خبریں متوقع Expected بھی ہوتی ہیں اور غیر متوقع Unezpected بھی۔متوقع خبریں زیادہ تعداد میں مسلسل ملتی رہتی ہیں مثلاً کھیل کود کے مقابلوں کے نتائج،عوامی جلسوں کی تفصیلات،کھیل تماشوں سے متعلق

معلومات، یعنی ایسے ہونے والے واقعات جن کا وقوع میں آنا پہلے سے ہی طے شدہ ہے۔ غیر متوقع خبریں ایسے واقعات، سانحات، یا حادثات کی تفصیلات ہیں جن کے بارے میں کسی کو وہم و گمان نہ تھا اور جو یکا یک یا اچانک رونما ہو گئے، ایسی تبدیلی جس کی امید یہ تھی مثلاً ایک اجلاس میں تقریر کرتے وقت کسی قائد کو گولی مار دی اتی ہے، یا قدرتی تباہی یعنی زلزلے، سیلاب، قحط، طوفان، وبا، طغیانی، غرقابی، پرانے سیاسی نظام کی جگہ نئے نظام کا نفاذ، متعدد امراض کا پھیلاؤ۔ غارت گری کھلبلی وغیرہ۔

عام متوقع خبریں اکثر و بیشتر پولیس تھانوں، عدالتو، تحصیلی دفتر، ضلعی دفتر، عوامی جلسوں، میونسپل کمیٹیوں، کھیل کود کے مقابلوں وغیرہ کی رپورٹیں آسانی سے حاصل ہوتی رہتی ہیں۔ بڑے اخبارات میں ایسی خبریں جمع کرنے کا کام عموماً ایسے نامہ نگاروں کو سونپا جاتا ہے جو نئے ہوتے ہیں یا اخباری کام سیکھنے کے لیے برائے نام مشاہرہ پر کام کرتے ہیں انہیں اخباری اصطلاح میں ''اریٹیس'' Apprentice یا ''کار آموز'' کہا جاتا ہے۔ بعض دفاتر میں انہیں ''جونیئر رپورٹر'' Junior Reporter کا نام دیا جاتا ہے۔

غیر متوقع خبروں کو جمع کرنے کا کام زیادہ محنت طلب ہے اور عموماً تجربہ کار نامہ نگاروں کو سونپا جاتا ہے۔ ایسی خبروں کا سب سے پہلا اشارہ جلد از جلد حاصل کرنے کے لیے اخبار نویس کے دوست واحباب اور شناساؤں کا حلقہ وسیع ہو تو زیادہ آسانی رہتی ہے۔ پولیس افسروں، آگ بجھانے والے عملے، اسپتال کے ملازموں، مقامی

مقبول جلسہ گاہوں کے کارکنوں، ڈاکٹروں، مذہبی پیشواؤں اور اسی نوعیت کے دیگر اہم اور مصروف افراد سے خوشگوار تعلقات سے کافی استفادہ کیا جا سکتا ہے۔

کبھی کبھی متوقع اور روزمرہ کی خبروں کی تلاش میں مصروف نامہ نگار کو اتفاقیہ طور پر کسی غیر متوقع ماجرے کا مبہم یا واضح اشارا مل جاتا ہے جس پر ذہانت سے کام لے کر کامیاب اخبار نویس نئی خبریں تیز رفتاری سے حاصل کر لیا کرتے ہیں۔ خبریں جمع کرنے کا کام ایک طرح سے مچھلی کا شکار ہے، کبھی مچھلی پھنس جاتی ہے اور کبھی بڑی کبھی امید سے کم مچھلیاں جال میں آتی ہیں اور کبھی توقع سے بہت زیادہ، مگر جال پھیلانا شرط ہے۔

خبر کی تقسیم ایک اور طرح سے ہوتی ہے:

(1) جامد خبر یعنی Passive News

(2) مستعد خبر یعنی Active News

جامد یا غیر مؤثر یا متحمل خبریں وہ ہیں جو آسانی سے حاصل ہوتی ہیں مثلاً وزیروں کی تقریریں، پریس کانفرنس میں دی جانے والی تفصیلات، کسی دفتر سے بھیجی گئی بنی بنائی خبروں کا مجموعہ، ایسی خبروں میں حرکت بھی کم ہوتی ہے اور قاری کی دلچسپی بھی سرسری ہوا کرتی ہے۔

مستعد یا متحرک یا عملی خبریں وہ ہیں جو قاری کو زیادہ متاثر کرتی ہیں۔ یہ وہ خبریں ہیں جو نامہ نگار اپنی محنت سے ''دریافت'' کرتا ہے۔ یا تلاش و جستجو سے حاصل کر کے نمایاں طور پر شائع کرتا ہے۔ سرگرم اور مخلص صحافی ایسی خبروں کے

سراغ اور تفہیم سے گہری دلچسپی لیتے ہیں۔

خبر کے اجزا

ہم ایک ایسی دنیا میں بستے ہیں جہاں خبریں ہی خبریں ہیں۔ہم ہر جگہ خبروں کے گھیرے میں سانس لے رہے ہیں۔ بے شمار خبریں ہمارے اطراف و اکناف گھوم رہی ہیں بصرف ایک ذہین صحافی ان خبروں کو ڈھونڈ نکالتا ہے۔

اخبار نویس خبروں کی کان میں بیٹھا ہے۔خبریں جمع کرنا کان کنی جیسا مشغلہ ہے۔ذرا سے تجسس سے، ذرا سی جودت سے، ذرا سی رغبت سے خبریں کھوج نکالی جاسکتی ہیں۔

اخبار کے کوئی بھی دو پڑھنے والے یکساں ذوق وشوق نہیں رکھتے۔ ہر ایک قاری کی دلچسپی بالکل جداگانہ ہوتی ہے۔ ہر قاری کا زاویہ نگاہ علاحدہ اور ہر ایک کی دلچسپی مخصوص ہوتی ہے۔اس لیے خبروں اور اخباروں میں مکمل یکسانیت ناممکن بات ہے۔

کسی بھی خبر میں وجدانی کیفیت ہوتو وہ زیادہ موثر ثابت ہوتی ہے۔ ہر خبر میں پڑھنے والے کی توجہ مبذول کرنے یا منعطف کرنے کی قوت ہونی چاہیے۔ضروری نہیں کہ خبر میں سنسنی یا جوش یا ہنگامہ خیزی کا عنصر موجود ہو۔

خبر کی کئی اجزا بیان کیے جاسکتے ہیں۔اہم ترین اجزا مندرجہ ذیل ہیں:

1۔انوکھا پن

کسی بھی نئ بات میں انوکھی تفصیل ہو۔یعنی جدت اور ندرت ہو،نئ چیز میں نیا پیچ وخم ہو۔ایسی بات زیادہ جاذبیت رکھتی ہے جو اس سے پہلے کبھی وقوع پذیر نہ ہو ئی ہو۔بات جتنی اچھوتی ہو گی اتنی ہی دلچسپی کا باعث ہو گی۔

2۔ذاتی تصادم:

ایک اوسط قاری ایک باپ ہے،ایک کسان ہے،ایک زمیندار ہے یا ایک تاجر ہے۔وہ کوئی مکان یا زمین خریدنا یا کرایہ پر لینا چاہتا ہے۔وہ کسی اچھے سیاحی مقام کا متلاشی ہے جہاں وہ اپنی آئندہ تعطیل زیادہ راحت یا فرصت سے گزار سکے۔لہذا کسی بھی شادی یا بچوں کی تقریب کی تفصیل سے اسے قدرتی دلچسپی ہو گی۔وہ مینیات یا دیگر جائداد کے اترتے یا چڑھتے ہوئے داموں سے دلچسپی رکھتا ہے،وہ نئے مدارس کے بارے میں واقفیت کا خواہاں ہے۔وہ ارزاں اشیاءیا بہترین اشیاء کی تلاش ہے۔بہر حال وہ ایسی نئ باتوں کی آگاہی چاہتا ہے جس سے اس کا ذاتی تعلق ہے۔ظاہر ہے کہ ہر شخص ایسی تفصیلات کا طالب ہے جس میں اس کی ذاتی دلچسپی لگی بندھی ہو۔ایسی خبروں پر وہ زیادہ توجہ دیتا ہے جس سے اس کی ایسی معلومات میں اضافہ ہو رہا ہے۔جس سے اس کی روزمرہ زندگی کا قریبی اور ضروری تعلق ہے۔

3۔ مقامی خبر:

ہر انسان اپنے قریب ترین ماحول سے زیادہ وابستگی رکھتا ہے۔ اس کی اپنی گلی میں ایک بلی کی موت کی خبر اسے دور دراز مقامات میں یک لخت پانچ آدمیوں کے ہلاک ہونے کی خبر سے زیادہ اہم اور دلچسپ محسوس ہو گی۔ اخبار کا قاری نزدیکی مقامات کے حالات اور واقعات سے زیادہ باخبر رہتا پسند کرتا ہے۔ اس لیے ہر چھوٹے بڑے اخبار میں مقامی خبروں کو زیادہ ترجیح دی جاتی ہے۔ مقامی قائدین، اداروں، تبدیلیوں اور تازہ حادثات سے کسی بھی اخبار بین کی رغبت کا لحاظ رکھنا ہر اخبار نویس کا فرض ہے۔

4۔ روپیہ پیسہ:

دولت یا زر یا روپے پیسے کی اہمیت سے ہر کوئی بخوبی واقف ہے۔ شاید ہی عصری دنیا کا کوئی ایسا ہو جسے زیادہ دولت کمانے کی آس نہیں ہے۔ ہر کوئی زردار بننے کا ارمان ہمیشہ دل میں رکھتا ہے۔ دولت کا حصول ہر انسان کی آرزو ہے۔ قسمتیں بنتی اور بگڑتی بھی رہتی ہیں۔ ہر کسی کو اپنے جیب کا خیال رہتا ہے۔ کبھی نئے ٹیکسوں کی فکر ستاتی ہے تو کبھی بڑھتی ہوئی گرانی سے انسان پریشان رہتا ہے۔ بجٹ کے اعلان سے پہلے ہر اہم شہری ایک انجانے خوف سے دوچار رہتا ہے۔ بڑھتی ہوئی اجرتوں سے ہر مزدور کو دلچسپی ہے۔ ہر سرکاری ملازم اپنی تنخواہ میں اضافہ کا امیدوار رہتا ہے۔ ہر تاجر، صنعت کار اور سرمایہ دار ہمیشہ روپے پیسے کے اتار چڑھاؤ کی

تفصیلات جاننے کے لیے بے قرار رہتا ہے۔ اقتصادی معاملات سے دلچسپی ہمعصر دنیا میں ناگزیر ہے۔ لہذا زر سے متعلق خبر ہمیشہ اخبار میں نمایاں جگہ پاتی ہے۔ بعض گہری مالیاتی خبریں، صنعتی تفصیلات وغیرہ خصوصی صفحات پر دی جاتی ہیں۔ مالی امور اتنی اہمیت اختیار کر گئے ہیں کہ ان کی توضیحات کے لیے خصوصی روزانہ اخبار شائع ہوتے ہیں مثلاً اکنامک ٹائمز، فائنانشیل ایکسپریس، بزنس، اسٹینڈرڈ وغیرہ ہلندن کا روزانہ اخبار ''فائنل نشیل ٹائمز'' اور نیو یارک کا روزانہ اخبار ''وال اسٹریٹ جرنل'' عالمگیر وقعت پاتے ہیں اور ان میں شائع شدہ خبروں اور مشوروں کا دنیا بھر میں اثر لیا جاتا ہے۔

5۔ جرم:

لوگ جرائم خصوصاً قتل کی وارداتوں سے زیادہ دلچسپی رکھتے ہیں۔ ایک سقیم لگن ہے، جو عوام جرم اور مجرم سے رکھتے ہیں، حالانکہ یہ غیر شریفانہ زندگی کا عنصر ہے مگر جرائم سے انسانی دلچسپی کافی قدیم ہے۔ ہر جرم میں 'خبریت'' بہت جاندار ہوا کرتی ہے۔ معیاری اخبارات بھی جرائم کی خبروں سے بالکل پرہیز نہیں کر سکتے۔

6۔ جنس:

جنس یعنی سیکس SEX انسانی اور حیوانی زندگی کی سب سے بڑی متحرک قوت ہے۔ یہ ایک جسمانی ہی نہیں بلکہ ایک ذہنی مشغولیت بھی ہے۔ بیشتر انسان جنسی

خیالات میں محو رہتے ہیں اور جنسی باتوں سے علانیہ یا مخفی دلچسپی لیتے ہیں ۔ اعلیٰ سوسائٹی میں جنسی معاملات پر تبادلہ خیال بھی معیوب نہیں سمجھا جاتا ہے۔ آج کل تعلیمی اداروں میں طلبہ اور طالبات کو باضابطہ جنسی تعلیم دینے کی ضرورت اور اہمیت پر زور دیا جا رہا ہے۔ ہیجان انگیزی کے لیے عامیانہ اخبارات اور رسائل نیم عریاں تصاویر کو ترجیح دیتے ہیں۔ محبت اور رومان بھرے افسانوں کو نمایاں حیثیت دی جاتی ہے۔ شادی اور طلاق کی خبروں میں بھی جنسی پہلو عیاں رہتا ہے۔ مرد اور عورت دونوں جنسی تفصیلات میں یکساں دلچسپی رکھتے ہیں۔ جہاں جنس کا تذکرہ ہو وہ خبر کافی توانا اور غالب سمجھی جاتی ہے۔

7۔ مقابلہ:

لڑائی جھگڑے، جنگ وجدال، تصادم، ٹکراؤ اور مقابلہ کثیر خبری توانائی کے حامل ہیں۔ بلوے، فرقہ وارانہ فسادات، کوہ پیائی، بحری تحقیق، انقلابیت، بغاوت، انتخابات، سیاسی کشیدگی، غرض جہاں کہیں رسہ کشی یا اقتدار کے لیے تناؤ ہے وہاں کے حالات میں خبری عنصر کی شدت ہوا کرتی ہے۔ یہ بالکل صحیح ہے کہ جنگ کے زمانہ میں اخبارات کی اشاعت اور عام اخبار بینی بہت زیادہ بڑھ جاتی ہے۔ یہ انسانی خاصہ ہے کہ وہ مذبھیڑ، طاقت آزمائی اور ہر قسم کے مقابلوں میں ہمیشہ دلچسپی لیتا رہا ہے۔

8۔مذہب:

جہاں احساسات، خوف اور ضمیر ملوث ہیں خبر زوردار ہو جاتی ہے۔انسان لاکھ برا سہی مگر مذہب کے نام پر نرم پڑ جاتا ہے یا طیش میں آکر سر سے کفن باندھنے پر آمادہ ہو جاتا ہے۔مذہب کے نام پر جھگڑے بھی بڑی آسانی سے کھڑے کیے جا سکتے ہیں۔یہ ایک نازک مسئلہ ہے مگر اخبار والوں کو مذہبی امور کی جانب تھوڑی بہت توجہ ضروری دینی ہوتی ہے۔بلکہ یہ کہنا بھی ٹھیک ہے کہ ایک ملحد بھی مذہبی خبروں سے کچھ نہ کچھ دلچسپی ضرور لے گا۔مذہب کے متعلق ہر قدیم اور جدید تفصیل میں خبری پہلو نمایاں رہتا ہے۔

9۔آفات اور سانحات:

جب کسی اور پر نئی مصیبت ٹوٹتی ہے تو ہر انسان اپنے آپ سے یہ سوال کر لیتا ہے کہ: ”اگر ایسی مصیبت مجھ پر آن پڑتی تو............؟انسان چاہتے تو نہیں کہ انہیں مصائب کا سامنا ہو مگر اس دنیا میں طرح طرح کی مصیبتیں رونما ہوتی رہتی ہیں۔بس ،ریل اور ہوائی جہاز کے حادثات ہوتے ہیں۔معصوم لوگ اچانک موت کا شکار ہو جاتے ہیں یا بری طرح مجروح ہو جاتے ہیں۔سانحات اور المیے انسان زندگی میں آئے دن ظہور پذیر ہوتے رہتے ہیں۔قارئین کسی بھی افسوس ناک واقعہ کی جملہ تفصیلات جاننے کی خواہش رکھتے ہیں۔

10 مزاح:

طنز کی لطیف چٹکیاں اور مزاح کی پھلجھڑیاں خبر کومزید رنگ اور شگفتگی بخشتی ہیں۔خبروں کے ذریعے سماج ، ادب اور زندگی کے غیر متوازن گوشوں کی نقاب کشائی ممکن ہے۔کچھ ایسی خبریں بھی حاصل ہوتی ہیں جن میں ہنسی اور آنسو کا حسین امتزاج ہوتا ہے۔ظرافت میں بھی مقصدیت کا ایک عمدہ پہلو ہوا کرتا ہے۔قارئین بھی جو ایک ہی نہج کی خبروں سے بوریت محسوس کرتے ہیں ایسی پر مذاق خبروں سے ضرور لطف اندوز ہوں گے جس میں خوش طبعی کی چاشنی ہو۔تبسم آمیز یا قہقہہ انگیز تفصیلات سے خبر کو جاذبیت بخشی جا سکتی ہے۔ہلکی پھلکی خبروں کو اکثر چوکھٹوں یعنی باکس Box میں شائع کیا جاتا ہے۔قارئین کی تفریح طبع کے لیے اخبارات لطیفوں، چٹکلوں، فکاہیہ کالموں، شگوفوں، دلچسپ مختصر تذکروں اور کارٹونوں سے بھی کام لیتے ہیں،سنجیدہ اخبارات بھی معیاری طنز، گوارا مزاح بذلہ سنج مواد کو ترجیح دیتے ہیں۔

11 انسانی دلچسپی:

انگریزی زبان میں اسے ’’ہیمن انٹرسٹ‘‘ Human interest کا مشہور و معروف نام عطا ہوا ہے۔بعض جگہوں پر اسے ’’دلچسپ خبریں ‘‘ کہا جاتا ہے۔اس سرنامے کے تحت ایسی خبریں دی جاتی ہیں جن سے انسانی احساسات ،جذبات ، عقائد،توقعات اور تعلقات میں ہلچل مچتی ہے۔ایسی خبریں جرائم سے ،خطرناک مہموں سے ،شجاعت کے کارناموں سے ،غیر معمولی محبت کی داستانوں سے جانی جاتی

ہیں ۔ نئے نئے لباسوں ، فیشن ، تفریح طبع ، پکوانوں اور صحت عامہ کے اصولوں سے ایسی خبریں مرصع کی جاتی ہیں ۔صرف انسانی زندگی ہی سے متعلق نہیں بلکہ جانوروں کی غیر معمولی حرکات کی تفصیلات سے بھی انسانی دلچسپی والی خبریں مزین ہوا کرتی ہیں ۔ یہ ایسی خبریں ہوتی ہیں جنہیں پڑھ کر لوگ آفریں کہتے ہیں یا حیرت واستعجاب کی دنیا میں غرق ہو جاتے ہیں ، واہ کہتے ہیں یا آہ بھرتے ہیں مثلاً کسی شہر میں مردہ زندگی ہو گیا ، کسی نے انجانے پن میں اپنی بہن سے شادی کر لی ، ایک عورت نے ایک ساتھ پانچ یا چھ یا سات بچوں کو جنم دیا ، چڑیا گھر میں ناگ سانپ نے بھوک ہڑتال کر دی ، ایک 99 سالہ بوڑھے نے 14 سالہ لڑکی سے شادی کر لی ، دلہن نے پہلی ہی رات اپنے شوہر کو چھرا گھونپ دیا ، کسی گاؤں میں گدھے اور گدھی کی شادی دھوم دھام سے منائی گئی وغیرہ ۔ ایسی نرالی خبروں میں مسرت کی خبروں ، انتہائی رحم دلی یا بے جا ظلم زبردستی ، حد درجہ ناداری یا کسی غیر متوقع عظیم الشان کامیابی وغیرہ کی تفصیلات کو فوقیت دی جاتی ہے ۔ یہ ایسی خبریں ہوتی ہیں جو انسانوں کو موقعہ دیتی ہیں کہ وہ اپنے ساتھیوں میں اس کا چرچا کریں یعنی موضوع گفتگو کے لیے ایسی خبریں زیادہ مناسب پیدا کرتی ہیں ۔

12 محرومی:

کئی انسان دنیا میں ایسے ہیں جو بہت زیادہ غریب ہیں ،حد درجہ بدنصیب ہیں ، ناداری سے نان شبی کے لیے محتاج ہیں ، ایسی مجبوری ہے کہ گندہ بستیوں میں غیر

محفوظ جھونپڑیوں میں ناچار زندگی گزارتے ہیں ۔ ہر جگہ ایسے عاجز، بے بس ،معذور ،محروم ،مقہور اور غمگین انسان پائے جاتے ہیں کہیں یہ زمینداروں کی بدولت استحصال شدہ بدبخت کسان ہیں یا ظالم افسران کی طرف سے ستائے ہوئے ملازمین ہیں ۔ دنیا میں امارت اور غربت کی خلیج ہمیشہ سے رہی ہے۔ مظلوم سے ہمدردی جتانا انسانی فرض ہے ۔کسی بھی ستم کے خاتمہ کی کوشش ضروری ہے ۔ یتیموں اور بیوہ عورتوں کی حالت بیان کر کے یا بے بس لوگوں سے ناجائز اٹھانے والوں کے ہتھکنڈوں کا راز افشا کر کے بھی خبروں کو مقصود بالذات بنایا جا سکتا ہے۔ قارئین بھی یہ رویہ پسند کریں گے کہ اخبار انصاف پسندانہ طور پر سرمایہ پرستوں کا نہیں بلکہ بے یار و مددگار مزدوروں ،غریبوں اور مظلوموں کا ساتھ دے رہا ہے۔

13 ۔ پردۂ راز:

کئی معاملات کا کوئی نہ کوئی بھید ہوتا ہے۔ کچھ لوگ راز داری سے کام لے کر کچھ باتیں اخفائے راز میں رکھنا چاہتے ہیں ۔کئی باتیں ایسی ہیں جو عام قاری کے لیے معمو بن کر رہ جاتی ہیں ۔مگر قارئین جاننا چاہئیں گے کہ بات کیا ہے؟ کیونکر ہوئی ؟ اس طرح صیغۂ راز میں رکھے جانے کی کوشش کو نا کام بنا کر افشائے راز سے خبر کو دلپذیر بنایا جا سکتا ہے ۔

14 صحت:

ہر کوئی اس بات پر یقین رکھتا ہے کہ تندرستی ہزار نعمت ہے۔ ہر شخص اپنی خیر و عافیت کا خواہاں صحت مند، خوش و خرم اور فرحاں رہنا چاہتا ہے۔ نئی نئی احتیاطی تدابیر نئی دواؤں، جراحت کے نئے طریقوں، طبی صلاح و مشوروں وغیرہ سے خبر اور اخبار کو مفید اور مقبول بنایا جا سکتا ہے۔

15 سائنس:

یہ زمانہ سائنس اور تکنالوجی کی محیر العقول ترقی اور روز افزوں تقدم کا ہ۔ سائنسی ایجادات اور انکشافات نے عصری دنیا کی صورت بدل ڈالی ہے اور یہ عمل مسلسل جاری ہے۔ سائنسی ایجادات سے عہد حاضر میں کئی نئے افق عیاں ہو رہے ہیں۔ مصنوعی سیاروں کی بڑھتی ہوئی مقبولیت سے وسائل ابلاغ میں بھی حیرت انگیز تبدیلیاں آئی ہیں۔ نئی دریافتوں اور ایجادات کی تفصیلات سے خبر مؤثر بن جاتی ہے۔ آج کل معمولی انسان بھی سائنس کی جدید ترین باتوں سے روشناس ہونا چاہتا ہے۔

16 دل بہلاوا:

دل لگی، تفریح اور کھیل تماشوں سے انسان کی دل بستگی زمانہ قدم سے جاری و ساری ہے۔ لوگ ڈراموں، موسیقی کی محفلوں، مشاعروں قوالی کی مجلسوں، رقص و

سرود کے پروگراموں وغیرہ کی تفصیلات جاننے کے لیے بے تاب رہتے ہیں۔ فلموں سے دلچسپی دن بہ دن بڑھتی جا رہی ہے۔لوگ ریڈیو، ٹیلی ویژن اور دیگر تفریحی ذرائع سے دل بہلانے کا اہتمام کر لیتے ہیں۔کسی بھی ایسے روداد سے جس کا تعلق تفریح سے ہے مزےدار اور شاندار بنائی جاتی ہے۔

17۔مشہور شخصیات:

عمدہ صحافت کا نوے فی صد حصہ اشخاص کے تعلق صحیح اور تفصیلی معلومات پر منحصر ہے۔ ہر ملک، ہر ریاست، ہر ضلع اور ہر قریہ میں کوئی نہ کوئی اہم ہستی ضرور رہے۔ وزیر، سفیر، اعلا سرکاری افسران، گورنر، کرکٹ کے کھلاڑی، مقبول ترین فلمی ستارے، مذہبی پیشوا، قومی قائد، عظیم شاعر، بلند پایہ ادیب وغیرہ اس زمرے میں آتے ہیں۔ایسی شخصیتوں کا ایک خصوصی سحر ہوتا ہے۔لوگ ان کے پرستار ہوتے ہیں اور اپنی محبوب ہستی کے بارے میں تازہ ترین یا دلچسپ ترین باتیں جاننے کے لیے عموماً مضطرب رہا کرتے ہیں۔عظیم ہستیوں کی کامیابیوں اور ناکامیوں، شرمناک واقعات یعنی اسکنڈل Scandal وغیرہ کو اہمیت دے کر بھی خبر میں تاثیر پیدا کرنے کی کوشش کی جاتی ہے۔

18 موسم:

جیسے ہی لوگ ایک دوسرے سے ملتے ہیں، علیک سلیک کے بعد عموماً موسم کے بارے میں گفت وشنید کرتے ہیں۔ایسی ہی دلچسپی وہ کل کے موسم میں لیتے ہیں۔ موسم سرما ہو یا گرما، برسات کا موسم ہو یا غیر متوقع موسمی تغیرات، قارئین موسم کی تبدیلیوں کا حال پڑھنے سے دلچسپی رکھتے ہیں۔اسی لیے ہر اہم اخبارمس ی موسم کے بارے میں تفصیلات اکثر نقشوں اور پیش گوئیوں کے ساتھ دی جاتی ہیں۔کاشتکاروں کے لیے موسمی خبروں کی اہمیت زیادہ ہوا کرتی ہے۔

19 غذا:

انسان ہمیشہ سے روٹی، کپڑے اور مکان کا ضرورت مند ہے۔کھانے پینے کی اشیاء میں دلچسپی ہر کسی کو ہوتی ہے۔اجناس کی زیادہ پیداوار ہو یا قحط کی تفصیل، محتشم ضیافتوں کا حال ہو یا فاقوں کا تذکرہ، ب ات شراب کی ہوی اشربت کی، اشیائے خوردونوش کی نئی اطلاعات جاندار خبر کہی جاسکتی ہیں۔

20 فرقہ بندی:

دنیا کے تقریباً ہر ملک میں اکثریتی اور اقلیتی طبقے پائے جاتے ہیں۔فرقہ بندی اور ذاتوں کی تقسیم اور تخصیص سے مکمل فرار ناممکن کہا جاسکتا ہے۔دینی اعتبار کے علاوہ بھی لوگ کئی سیاسی، سماجی اور اقتصادی حلقوں میں بٹے ہوئے ہیں مثلاً

کرکٹ کے کھلاڑی، کبوتر باز، گھوڑ دوڑ کے رسیا، کلاسیکی موسیقی کے دلدادہ، ڈاک ٹکٹ جمع کرنے کے مشوقین وغیرہ مخصوص گروہ کہے جا سکتے ہیں۔ کچھ لوگ نسل پرست ہوتے ہیں اور کچھ لوگ کٹر فرقہ پرست۔ اقلیتی فرقے ہمیشہ اپنے حقوق کے لیے سرگرداں رہتے ہیں۔ اخبار میں ہر فرقے، ہر طبقے، ہر جماعت، ہر غول اور ہر طرز حیات کو کچھ نہ کچھ جگہ دینی پڑتی ہے۔ بڑے تاجر چاہتے ہیں کہ صرافہ کی خبروں کو اہمیت دی جائے۔ فٹ بال کے شائقین فٹ بال کو زیادہ اہمیت دینے کے خواہاں ہیں۔ اس طرح جملہ ذاتوں، جماعتوں، فرقوں، ذیلی فرقوں اور سماجی گروہوں کی خصوصی خبروں کو اخبار میں استعمال کر کے اخبار ہمہ گیر اور مقبول بنایا جا سکتا ہے۔

خبروں کی وضاحت

سخت اور نرم خبروں میں بھی کچھ ایسے پوشیدہ عنصر ہوتے ہیں جن کا سراغ لگا کر اور پھر ان خبروں کو از سر نو تحریر کر کے انہیں "حساس" خبر یا زیادہ دلچسپ خبر بنایا جا سکتا ہے۔ ہر اخبار نویس کو عصری دنیا کے بدلتے ہوئے حالات سے اپنے آپ کو مانوس کر لینا چاہیے۔ اگر وہ پرانی لکیر کا فقیر بنے رہنے کی غلطی کرے گا تو ترقی کی دوڑ میں پیچھے رہ جائے گا۔ دل نشیں انداز میں حالات پیش کرنے کی صلاحیت ہر اخبار نویس کے لیے بہت ضروری ہے۔ بعض قارئین واقعات کی تفصیل میں رنگ آمیزی، ندرت اور سنسنی کے خواہاں ہوتے ہیں۔ تجربہ کار صحافیوں کی رائے ہے کہ خبر کو رنگین انداز بیان میں پیش کرنے میں کوئی قباحت نہیں بشرطیکہ واقعہ کی اصلیت زائل نہ

ہونے پائے۔

اخبار کا سارا کام عجلت میں ہوتا ہے۔ کسی بھی خبر کو قابل مطالعہ صورت میں اخبار میں شائع کرنے کے لیے صحافی کو کدوکاوش کرنی پڑتی ہے۔ پھر بھی اخبار نویس ذرا چستی، بیدار مغزی اور ولولے سے کام لے تو وہ اسی خبر کو زیادہ واضح طریقہ پر پیش کرکے داد حاصل کرسکتا ہے۔

اخبار کے عام قاری کے مقابلہ میں اخبار کے مدیر یا نائب مدیر کے پاس اطلاع کی زیادہ تفصیل ہوتی ہے۔ اس کی معلومات کا دائرہ وسیع ہوتا ہے، اس کے پاس ڈکشنری، انسائیکلو پیڈیا، ڈائریکٹر، اٹیلس وغیرہ جیسی حوالے کے کتابیں ہر دم دستیاب رہتی ہیں۔ وہ ٹیلی فون یا ٹیلیکس کے ذریعے کسی وضاحت طلب نکتہ پر ضروری معلومات جلد از جلد اور آسانی کے ساتھ حاصل کرسکتا ہے۔ وہ کسی بھی وزیر، سفیر، یا اعلا افسر سے رابطہ قایم کرکے ضروری صفائی یا وضاحت زیادہ سہولت سے طلب کرسکتا ہے۔ کسی ماہر سے گفت وشنید کرکے کوئی بھی معاملہ زیادہ آسان طریقہ پر سمجھ سکتا ہے اور سمجھ سکتا ہے۔ صرف نامہ نگار یا نائب مدیر کی سرگرم دلچسپی کی ضرورت ہوتی ہے۔ خواہ وہ عملی سیاست کا کوئی باریک مسئلہ ہو یا سائنس کا الجھا ہوا نظریہ، عام قاری کی مدد کے لیے اخبار کا نامہ نگار یا مدیر زیادہ وضاحت پیش کرسکتا ہے۔ قارئین کے پاس اتنا وقت بھی نہیں ہوتا کہ وہ کسی چیز پر تحقیق اور تجسس میں مصروف ہو جائیں۔ اخبار کے عملۂ ادارت کے کسی رکن کی ذرا سی محنت سے خبر زیادہ واضح یا زیادہ رنگین بنائی جاسکتی ہے۔

پیش کردہ بجٹ میں وزیر خزانہ ٹیکس سے متعلق کچھ ترامیم پیش کریں تو اخبار کا فرض ہے کہ تفاصیل کو ایسے سادہ الفاظ میں سمجھائیں کہ عام قاری کو مفہوم جاننے میں وقت محسوس نہ ہو۔ مسئلہ مذہبی یا اقتصادی، تکنیکی ہو یا قانونی بعض اوقات عام قاری کے پلے نہیں پڑتا۔ کسی ایجاد یا اجتہاد کی تفصیلات کو تمام تک پہنچانا فرض شناس صحافی کی ذمہ داری ہے۔ منتشر خبر کو سہل کرنا بہت ضروری ہے۔ قارئین پراگندہ خبروں سے پریشان ہونا نہیں چاہتے۔ وہ اخبار سے یہ امید رکھتے ہیں کہ خبر صحیح سیاق و سباق سے شائع کی جائے۔ پولیس، عدالت، اقتصادیات، زراعت، غرض ہر شعبۂ حیات کے اصطلاحات جدا جدا ہوتے ہیں۔ اگر نامہ نگار غیر مانوس الفاظ کو رد کر کے زیادہ مانوس الفاظ میں کسی واقعہ یا سانحہ یا ماجرے کی تفصیل دے گا تو قارئین زیادہ مطمئن رہیں گے۔

اخبارات صرف اعلیٰ علیم یافتہ طبقہ یا ماہرین کے لیے نہیں شائع ہوتے۔ اخبار ایک عام اور اوسط قاری کی معلومات کے اضافہ کی غرض سے شائع ہوتا ہے۔ لہذا ہر ذہین صحافی یہ لحاظ رکھے کہ اخبار کا پڑھنے والا ہی اصل سرپرست ہے۔ ساتھ ہی یہ نکتہ بھی یاد رہے کہ جو بات آسان زبان میں کم تعلیم یافتہ فرد سہولت کے ساتھ سمجھ لیتا ہے وہ بات ایسے ہی سیدھے سادہ الفاظ میں پروفیسروں یا اعلیٰ افسروں اور ماہرین کو بھی قابل قبول ہوتی ہے۔

حیاتیات، طبعیات اور علم کیمیا جیسے شعبوں میں تقریباً ہر اصطلاح کا یقینی اور قطعی مطلب ہوتا ہے۔ مگر صحافت میں ایسی قطعیت مشکل ہے۔ اخبار نویس کو جہاں

سیاسیات ،معاشیات اور نفسیات کے مسائل کی خبریں دینی پڑتی ہیں وہاں اسے جدید سائنس اور تکنالوجی کی خبروں کو بھی اہمیت دینی ہوتی ہے۔

جنگ کی خبروں میں وضاحت کی زیادہ ضرورت ہوتی ہے۔ عام قاری جغرافیہ کا ماہر نہیں ہوتا۔ وہ محاذ کی صحیح حالت سے واقف نہیں رہتا۔ ایسے موقعوں پر ماضی کی کچھ تفصیلات کی مدد سے، کچھ نقشوں کی مدد سے قاری کے لیے خبریں اس انداز سے ترتیب دینی ہوتی ہیں کہ اسے محسوس ہونے لگے کہ وہ خود بھی میدان جنگ سے قریب ہے اور حالات صحیح خطوط پر سمجھ رہا ہے۔

پس منظر اور ترجمانی

ہر سیاسی تبدیلی کا کوئی نہ کوئی پس منظر ہوتا ہے جو عام قاری کی معلومات یا یادداشت میں نہیں رہتا۔ اخبار نویس کا دن رات کا کام یہی رہتا ہے کہ وہ تمام حالات، شخصیات اور اعداد و شمار سے نبھاؤ کرتا رہتا ہے۔ عام قاری کا ذہن ایسا تیز یا مستعد نہیں ہو سکتا۔ خبر علمی ہو یا ثقافتی، اقتصادی ہو یا آئینی، کھیل کود سے متعلق ہو یا خارجہ پالیسی سے، اگر صحیح پس منظر خبر کے ساتھ دیا جائے تو پڑھنے والا زیادہ تشفی پاتا ہے کسی بھی انقلاب یا تبادلہ یا سرکاری فیصلے یا اچانک ردوبدل کے کچھ نہ کچھ حقائق ایسے ہوتے ہیں جو عام طور سے گوشۂ گمنامی میں ہوتے ہیں مگر اخبار نویس ان سے واقف رہتے ہیں۔

ہر اہم شخصیت کی حیات کا ایک پس منظر ہوتا ہے، ہر اہم تغیر کے پیچھے کچھ نہ

کچھ راز داری کا سلسلہ ضرور رہا کرتا ہے۔ برسوں تک لوگ صرف خالص خبروں سے مطمئن ہو جاتے تھے۔ اخبارات کے مدیر خبروں کو صرف اطلاع کی حد تک محدود کر کے اپنے آپ کو فرض سے سبکدوش ہو جاتے تھے۔ مگر آج کل ما نگ کا عالم جداگانہ ہے۔ قاری اور ناشر دونوں جانتے ہیں کہ ''خبر کے پیچھے'' بھی ایک خبر ہے، ایک تفصیل ہے، ایک تشریح ہے۔

دنیا کے اقدار بدل رہے ہیں اور ساتھ ہی اخبار کی خدمت کا معیار بھی تیزی سے بدل رہا ہے۔ اخبار کا یہ وطیرہ ہونا چاہیے کہ خبر پوری ترجمانی کے ساتھ شائع ہو اور قاری کسی بھی حال تشنہ نہ رہے۔ خبر خواہ قومی ہو یا بین الاقوامی، وہ معقول توجیہہ، توضیح دلائل اور گہرے حقائق کے ساتھ شائع ہو۔ یعنی قاری پر خبر باور کرائی جائے۔

خبر خودکشی کی ہو یا کسی ملک میں فوجی بغاوت کی، اطلاع کسی بڑی سیاسی طاقت کے کسی غیر متوقع فیصلہ کی ہو یا کسی مقامی افسر کے مستعفی ہونے کی، آج کل ضروری ہے کہ اسے پوری ضمنی تفصیلات کے ساتھ ایسے ادراک پذیر طریقہ پر شائع کیا جائے کہ قارئین اسے مکمل اور تصفیہ کن خبر تصور کریں۔ سرسری طور پر خبریں شائع کرنے کا زمانہ ہمیشہ کے لیے ختم ہو چکا ہے۔

☆..........☆..........☆

باب 3

خبریں کیسے جمع کی جائیں؟

خبروں کے نمایاں خدو خال ہیں: قرب، امتیاز، نتیجہ، برمحلی، دلچسپی اور اخبار کی خصوصی پالیسی۔

قرب یعنی نزدیکی کسی بھی خبر کا ایک بہت اہم جزو ہے۔ پاس پڑوس میں وقوع پذیر ہونے والے واقعات کی بڑی اہمیت ہوتی ہے۔ کالج کی طلباء کی اپنے پروفیسروں اور دیگر تعلیمی وتدریسی معاملات کی زیادہ فکر رہتی ہے اور وہ یونیورسٹی سے متعلق ہر بات سے اپنے آپ کو واقف رکھنا چاہتے ہیں۔ بڑے صنعتی اداروں کے خود کے اخبار یا رسالے ہوتے ہیں جن میں متعلقہ کارخانے کے ملازمین کے بارے میں اطلاعات شائع ہوتی ہیں۔ ایسے جرائد میں عام خبروں کو نظر انداز کیا جاتا ہے۔ پیشہ ورانہ رسائل میں ایسی خبروں کو ترجیح دی جاتی ہے جس میں متعلقہ پیشہ سے قریبی تعلق کی نئی معلومات ہوں۔ ہر قاری اپنے محلّہ کی، اپنے گاؤں کی، اپنے شہر کی یا اپنے ضلع کی اور اپنی ریاست کی خبروں کا مطالعہ مفید سمجھتا ہے۔ خبر جتنے پاس کے مقام یا ادارہ کی ہوگی اتنی ہی زیادہ قابل قبول ہوگی۔

روزانہ کئی لاکھ آدمی طرح طرح کی بیماریوں میں مبتلا ہوتے ہیں اور علاج پر کروڑوں روپے خرچ کر رہے ہیں۔ ان کے متعلقین پریشان ہیں مگر اخبارات ان

کی تفصیلات سے ذرہ بھر دلچسپی نہیں رکھتے کیونکہ یہ ایک معمولی اور عام بات ہے۔ اگر ملک کے وزیر اعظم کو معمولی ساز کام بھی ہو جائے تو یہ خبر پہلے صفحہ پر اہتمام کے ساتھ شائع ہوتی ہے اور ڈاکٹروں کی رائے جاننے کے لیے لوگ بے قرار ہو جاتے ہیں۔ یہ اس لیے ہے کہ وزیر اعظم کا ایک مسلمہ بلند و بالا مقام ہے۔ اگر کوئی اہم ہستی کسی خاص مرض میں مبتلا ہو کر کسی اسپتال میں زیر علاج ہوتی ہے۔ تو روزانہ طبی رپورٹیں شائع ہوتی رہتی ہیں۔ کسی مقبول ترین فلمی اداکار کو کوئی حادثہ پیش آجائے اور وہ کسی نرسنگ ہوم میں ہو تو بڑے اخبارات تک روزانہ تفصیلات دیتے رہتے ہیں۔ یہ صرف اس وجہ سے ہے کہ عوامی مقبولیت کی وجہ سے انہیں سماج میں ایک امتیازی درجہ حاصل ہو جاتا ہے۔ صحافت میں کسی بھی انسان کے عہدہ، اقتدار، مقبولیت اور نیک نامی کو کافی وقعت دی جاتی ہے۔ ممتاز شخصیتوں کو پیش آنے والی معمولی بات اہم خبر کا درجہ پاتی ہے۔

ہر انسان اپنی زندگی محفوظ طریقہ پر، تمام تر سہولت کے ساتھ، پر امن طور پر، خوشیوں سمیت گزارنے کا خواہاں ہے۔ وہ ہمیشہ یہ چاہتا ہے کہ اس کی گھریلو زندگی میں کسی بھی نوعیت کا انتشار پیدا نہ ہو۔ وہ اپنی روزمرہ زندگی کو درہم برہم دیکھنا نہیں چاہتا۔ کسی بھی خبر کو پڑھتے وقت اس کی نظر اس بات پر بھی رہا کرتی ہے کہ اخبار میں چھپی ہوئی خبروں کے نتیجہ میں ہونے والی تبدیلیوں سے کہیں اس کی زندگی پر کوئی اثر تو نہیں پڑ رہا ہے۔ لہذا وہ کسی بھی تغیر و تبدل کی خبر میں یہ عنصر دیکھنے کا متمنی رہتا ہے کہ اس خبر کا ماحصل کیا ہے اور اس خبر سے اس کے عام حالات پر کیا اثر پڑنے والا

ہے یا کس نوعیت کا خطرہ ہے۔

کسی بھی خبر کا برمحل، انتہائی تازہ اور اطمینان بخش ہونا اہم ہے۔ خبر بہت جلد باسی ہو جاتی ہے کہتے ہیں کہ کھائی جانے والی مچھلی کی طرح خبر کا بہت تازہ ہونا ضروری ہے۔ خبر بہت جلد سڑ جانے والی شے کہی جاتی ہے۔ گل سڑ جانے سے پہلے اس کا مناسب استعمال ہونا لازمی ہے۔ کچھ وقت نکل جائے تو خبر ''تاریخ'' کی حیثیت اختیار کر لیتی ہے۔ اسی لیے نامہ نگار کسی بھی خبر کی ترسیل میں انتہائی بیداری اور عجلت سے کام لیتے ہیں۔ خبر جتنی شگفتہ ہوگی اتنی ہی مقبولیت پائے گی۔ جو چیز مزے سے اتر جاتی ہے وہ عیب دار ہوتی ہے۔ لہذا خبر کا مصفا، چمکدار اور تسکین بخش ہونا بہتر ہے۔

دلچسپ نہ ہو تو خبر بالکل ''خبر'' تسلیم نہ ہوگی۔ مگر دلچسپی کے متعدد اور مختلف پہلو ہوتے ہیں۔ مشاہدین کا کہنا ہے کہ پالتو جانوروں، بچوں، بڑے بوڑھوں کے متعلق شائع شدہ خبریں قارئین کی توجہ کا باعث بنتی ہیں۔ دلچسپی کے چند مسلمہ عناصر ہیں: جنس، تبسم خیز یا قہقہہ انگیز واقعات، تشدد، بلوے، رقت انگیزی، دل گدازی، سوانگ، حیرت و استعجاب، جدت، تحیر، پیار، نفرت، شوق تحقیق تجسس، ہمدردی، غیض وغضب، تاسف، یاد وطن، یاد ماضی، طنز، طعن، ستم ظریفی، رمز، کنایہ وغیرہ ....اور یہ فہرست ہمیشہ غیر مکمل رہتی ہے کیونکہ انسانوں کی دلچسپی کا دائرہ کبھی بھی کہیں بھی بالکل محدود نہیں رہتا۔

کسی بھی قابل وثوق خبر میں مندرجہ بالا عناصر میں سے دو یا تین عنصر بھی ہوں

گے تو خبر خاصی دلچسپ اور پرکشش تصور کی جاسکتی ہے۔کامیاب نائب مدیر دلچسپ خبروں کو اخبار چمکانے کا مسالا کہتے ہیں۔غور سے دیکھا جائے تو ایسی دلچسپ خبریں واقعی چٹ پٹا مزہ دیتی ہیں اور اخبار بین طبقہ کا چسکا بڑھاتی ہیں۔جس خبر کو قارئین چٹخارے لے کر پڑھتے ہیں وہ خبر حقیقت میں دلچسپ ہے اور ایک طرح کی گرمجوشی پیدا کرتی ہے ایسی خبروں کا مختصر،جامع اور رنگین ہونا انہیں مزید چمکائے گا۔

قدیم زمانہ کے داستان گو بھی انسانی دلچسپی کی تفصیلات اپنی کہانیوں میں کمال خوبی کے ساتھ بن لیتے تھے۔سنجیدہ سے سنجیدہ ناولوں میں بھی کچھ نہ کچھ مزاج کا پہلو ضرور جھلکتا ہے۔دنیا کے مشہور ترین ڈراموں میں کہیں نہ کہیں کسی نہ کسی طرح کچھ نہ کچھ ایسا دلچسپ مواد ضرور شامل کیا گیا ہے جس سے پڑھنے والوں کو بیزاری سے نجات مل سکے۔

مغربی ممالک میں جب شام کے اخبارات کی لہر چل پڑی تھی تو ایسے اخبارات نے روکھی پھیکی خبروں کے بجائے ہلکی پھلکی اور انسانی دلچسپی کی خبروں کو زیادہ اہمیت دے کر اپنے اخبارات کی اشاعت میں کافی توسیع کی تھی۔آج بھی دنیا بھر کے مختلف مقامات سے شائع ہونے والے مقبول اور کثیر الاشاعت شام نامے ایسی دلچسپ خبروں کو فوقیت دیتے ہیں کیونکہ دن بھر کا تھکا ماندہ انسان شام کے اخبار میں فلسفہ یا پریشان کن باتوں کے مقابلہ میں ایسی خبریں پڑھنا چاہتا ہے جس سے تھوڑی بہت ذہنی عیاشی ہو جائے۔فلمی رسالے بھی ایسے تفصیلات کی تاک میں رہیت ہیں جن سے کسی مقبول فلمی ستارے کی نجی زندگی کے دلچسپ پہلوؤں پر روشنی

پڑے۔

تقریباً ہر چھوٹے بڑے اخبار کی ایک مخصوص پالیسی ہوتی ہے، خبر کے انتخاب میں اس پالیسی کا ضرور اثر ہوتا ہے۔ مثلاً ایک اخبار کسی بھی جرم کی خبر شائع نہیں کرتا، امریکہ کا ایک مشہور اخبار ''کرسچین سائنس مانیٹر'' ہے جس کی اپنی خصوصی پالیسی ہے۔ اس میں شراب نوشی، تمباکو نوشی یا ایسی ہی عام انسانی عادات کی خبروں کو کوئی جگہ نہیں دی جاتی۔ کچھ اخبار شادی بیاہ، سالگرہ یا دیگر گھریلو تقریبات کی خبریں بالکل شائع نہیں کرتے، کسی اخبار کو کسی خاص منصوبہ سے دلچسپی ہوتی ہے تو وہ اس منصوبہ کی صرف تعریف شائع کرتا ہے۔ اسی طرح کسی اخبار کو کسی خاص تحریک سے ناراضگی یا نفرت ہے تو وہ اس تحریک کے تاریک پہلوؤں کو زیادہ اہتمام سے شائع کرے گا۔ چند اردو اخبارات اپنے قارئین کی دلچسپیوں کا خیال کر کے بعض ایسی خبریں اہتمام سے شائع کرتے ہیں۔ جنہیں انگریزی زبان کے اخبارات میں کوئی جگہ نہیں ملتی۔ کچھ اخبار امتحانات کے نتائج شائع کرنا ضروری سمجھتے ہیں اور کچھ انہیں اخباری جگہ کی تباہی سمجھتے ہیں۔ جنوبی ہند کا باوقار روزنامہ اخبار ''دی ہندو'' روز آخری صفحہ پر ایک ایسی دینی خبر شائع کرتا ہے جو گزشتہ روز کسی مندر میں کی گئی کیرتن سبھا پر مبنی ہوتی ہے۔ یعنی یہ اخبار کی پالیسی ہے۔ مسلم اخبارات میں مساجد، دینی مدارس اور مذہبی اجلاس کے اعلانات مسلسل شائع ہوتے رہتے ہیں۔ اس طرح ہندو اخبار، سکھ اخبار یا مسلم اخبار کی خبروں کے انتخاب کی کوئی پالیسی ضرور ہوتی ہے۔ ایسی پالیسی پر کسی کو اعتراض نہیں ہوسکتا۔ اپنے مزاج کے مطابق ہر اخبار ایسی پالیسی اختیار کرتا ہے۔

خبروں کے سرچشمے

کسی بھی اخبار، ریڈیو اسٹیشن یا ٹیلی ویژن مرکز کو جو خبریں حاصل ہوتی ہیں ان کا بیشتر حصہ خبر رساں ایجنسیوں یعنی نیوز ایجنسیوں سے حاصل ہوتا ہے۔ ہندوستان کی سب سے بڑی، اہم اور مقبول خبر رساں ایجنسی ''پریس ٹرسٹ آف انڈیا'' ہے جس کا مقبول مخفف ''پی ٹی آئی'' P.T.I ہے۔ ایک ایک اور کامیاب، تیز رفتار اور معروف ایجنسی ''یونائیٹڈ نیوز آف انڈیا'' ہے جس کا مخفف ''یو ین آئی'' U.N.I ہے۔ ''ہندوستان سما چار'' اور ''سما چار بھارتی'' دو اور اہم خبر رساں ایجنسیاں ہیں جو ہندوستانی زبانوں میں خبریں فراہم کرتی ہیں۔ دنیا کی قدیم، عظیم اور محترم نیوز ایجنسی ''رائٹر'' ہے جس کی خبروں کے ساتھ Reuter لکھا جاتا ہے کیونکہ اس نام کا تلفظ ''رائٹر ہے۔ فرانس کی خبر رساں ایجنسی ''ایجنسی فرانس پریس'' جس کا مخفف ''اے ایف پی'' A.F.P ہے کافی قدیم، وسیع اور وقیع ہے۔ ان کے علاوہ دیگر کئی چھوٹی بڑی خبر رساں ایجنسیاں مصروف عمل ہیں۔ تقریباً ہر بڑے ملک کی اپنی اپنی قومی یا نجی یا نیم سرکاری خبر رساں ایجنسیاں ہیں۔ خبر رساں ایجنسیوں کی جانب سے خبریں بیشتر ٹیلی پرنٹر کے ذریعے اخبار کے دفتر پہنچائی جاتی ہیں۔ بڑے اخبارات نے اپنی خصوصی خبر رساں ایجنسیاں قائم کرلی ہیں۔ مثلاً ٹائمز آف انڈیا نیوز سرورس، ایکسپریس نیوز سروس۔

مقامی اور خصوصی خبریں حاصل کرنے کے لیے اخبارات اپنے نمائندے مقرر کرتے ہیں جو رپورٹر، کرسپانڈنٹ، رپریزنٹیٹو، اسٹرنگر وغیرہ ناموں سے پہچانے

جاتے ہیں۔ایک عام تخصیص یہ ہے کہ وہ نامہ نگار جو اس شہر میں مصروف ہے جہاں سے اخبار شائع ہوتا ہے وہ ''رپورٹر'' کہلاتا ہے اور وہی رپورٹر جب کسی دوسرے مقام پر وہی کام انجام دیتا ہے تو ''کرسپانڈنٹ'' Correspondent کے نام سے جانا جاتا ہے۔ویسے آج کل اسی تخصیص پر سختی سے عمل درآمد نہیں ہو رہا ہے۔

سرکاری دفاتر اطلاعات کے اہم ترین ماخذ ہیں۔صدر مقام کا سکریٹریٹ یا ضلعی مقامات کے دفاتر کسی بھی نامہ نگار کے لیے حکومتی شعبوں سے خبریں حاصل کرنا آسان ہے۔ریاستی گورنر کا دفتر یعنی راج بھون، وزیر اعلیٰ کا دفتر، دیگر وزراء کے دفاتر ہر روز کچھ نہ کچھ اطلاعات ضرور فراہم کرتے ہیں۔اسی طرح نئی دہلی میں صدر جمہوریہ کی سرکاری رہائش گاہ پر راشٹرپتی بھون، وزیر اعظم کے دفتر اور دیگر وزرائے کابینہ، وزرائے مملکت اور نائب وزرائے حکومت میں خبروں کے سوتے ابلتے رہتے ہیں۔ہر وزارت اور نظامت کے دفتر علاحدہ ہوتے ہیں اور تقریباً ہر سرکاری محکمہ سے اخبار میں شائع ہونے کے قابل خبریں آسانی سے مل جایا کرتی ہیں۔دارالسلطنت میں لوک سبھا اور راجیہ سبھا کے اجلاس کی خبریں اہم ہوتی ہیں تو ریاستی دارالخلافوں میں قانون ساز اسمبلیوں اور کونسلوں سے خبریں بآسانی جمع ہو جاتی ہیں۔مختلف عدالتوں سے بھی یکساں اہمیت کی خبریں مسلسل حاصل ہوسکتی ہیں۔مقامی طور پر کارپوریشن یا میونسپل کونسل یا ضلع پریشد، پنچایت بورڈ، ڈیولپمنٹ کمیٹی یا اسی نوعیت کے سرکاری یا نیم سرکاری اداروں سے خبریں حاصل ہوتی ہیں۔کسی بھی بورڈ، کارپوریشن، یونیورسٹی، اتھاریٹی، کمیشن، ٹرسٹ جیسے نیم سرکاری

اداروں سے رابطہ قائم کر کے ضروری خبریں جمع کی جاسکتی ہیں۔ ایسے اہم اداروں میں آج کل رابطۂ عام افسران متعین رہتے ہیں جو اخباری نمائندوں کی مشکلات حتی المقدر حل کر دیا کرتے ہیں۔

ریلوے کے اہم دفاتر، اسٹیٹ روڈ ٹرانسپورٹ کارپوریشن اور انڈین ایرلائنز کے مقامی یا مرکزی دفاتر سے بھی ایسی خبریں مل سکتی ہیں جن کی اشاعت عام معلومات کے لیے اہم ہوتی ہیں۔ ایر انڈیا اور وایودوت سے بھی رابطہ قائم کیا جاسکتا ہے۔

مرکزی اور ریاستی وزراء عموماً اہم اعلانات اپنی تقریروں کے دوران کرتے ہیں۔ اس لیے اخباری نامہ نگار کسی بھی وزیر کی جانب سے مخاطب ہونے والے اجلاس کو نظر انداز نہیں کرتے۔ اسی طرح جہاں سفرا، اعلا سرکاری افسران یا دیگر اہم شخصیات عام خطابات کرتے ہیں وہاں خبریں ضرور ابھرتی ہیں۔ عوامی زندگی میں مصروف شخصیات کی تمام حرکات پر خصوصی نگاہ رکھنا اخبار نویس کے لیے ضروری ہے کیونکہ کسی بھی وقت ایسی ہستیوں کے زبان سے ایسی ایسی باتیں نکل جاتی ہیں جن میں خبر کے پہلو نمایاں ہوتے ہیں۔ اس لیے بڑے تاجروں، صنعت کاروں، درآمد کاروں، برآمد کاروں، سائنس دانوں، ماہرین تعلیم، عظیم کھلاڑیوں، فلمی ستاروں، ثقافتی شخصیتوں، مذہبی پیشواؤں، اراکین پارلیمان، اراکین قانون ساز مجالس، سیاسی قائدین وغیرہ جیسے اہم افراد کی حرکات وسکنات، تقاریر، دوروں، اخباری بیانات وغیرہ پر نامہ نگاروں کی خاص توجہ مرکوز رہتی ہے۔

دنیا میں دن رات حادثات ہوتے رہتے ہیں اور ہر حادثہ اخبار میں اشاعت کے قابل ہوتا ہے۔ جرائم کی خبری اہمیت تو دہرائی جا چکی ہے۔ قانون جھگڑوں اور عدالتی کارروائیوں کی تفصیل اور فیصلوں میں بھی خبری عنصر قوی ہوا کرتا ہے۔ اس طرح محکمہ پولیس کسی بھی اخبار نویس کے لیے خبروں کا ایک بہترین وسیلہ ہے۔

غیر معمولی اہمیت کے افراد کی صحت اور موت کی خبریں بروقت حاصل کرنے کے لیے اخبار نویس اسپتال کے اہم ڈاکٹروں یا افسران سے وقتاً فوقتاً رابطہ قائم کرتے رہتے ہیں۔ آگ بجھانے کے آلات کے مرکزی یعنی فائر بریگیڈ کے دفتر سے آتش زنی اور دیگر غیر معمولی حادثات کی تفصیل حاصل کی جاتی ہے۔

گہری دلچسپی سے کام کرنے والے نامہ نگار بڑے اور مقبول ہوٹلوں کے ملازمین سے تعلقات استوار رکھتے ہیں کیونکہ اہم میٹنگوں، پارٹیوں اور سماجی تقریبات کی پیشگی اطلاع ایسی جگہوں سے درست تفصیلات کے ساتھ مل کر جایا کرتی ہیں۔ ہوٹل میں قیام کرنے کے لیے کوئی اہم یا غیر معمولی ہستی آئی ہوئی ہے تو ملازمین سے اشارہ مل جاتا ہے۔ اور صحافی انٹرویو کے لیے کوشش کرسکتا ہے۔

کچھ تجربہ کار نامہ نگاروں نے یہ بھی نکتہ دیا ہے کہ وہ پھول فروخت کرنے والوں سے علیک سلیک اس نیت سے رکھتے ہیں کہ جب کسی اہم اجتماع یا اجلاس کا موقع ہو تو پھولوں کے ہار اور گلدستوں وغیرہ کے لیے گل فروشوں سے رجوع کیا جاتا ہے۔ اور وہ اس سلسلہ میں نامہ نگاروں کو ضروری اشارے دے سکتے ہیں۔

بعض زندہ دل نامہ نگاروں کا مشاہدہ ہے کہ کسی بھی شہر یا گاؤں یا محلّہ میں حجام

کی دوکان خبریں جمع کرنے کے لیے ایک اچھا منبع ہے۔ آج بھی ہندوستان کے چند فرقوں میں یہ رواج ہے کہ پیدائش، نام رکھائی، دیگر سماجی تقریب، منگنی، شادی بیاہ، غمی وغیرہ کی خبر رشتہ داروں میں نائی کے ذریعے بھیجی جاتی ہے۔ رشتہ لگانے کا کام بھی کئی مقامات پر نائی انجام دیتے ہیں، یہ رواج ویسے رفتہ رفتہ زوال پذیر ہے۔

صرافہ بازار خبروں کا ایک اچھا مرکز ہے۔ اسٹاک ایکسچینج، چیمبر آف کامرس، ٹریڈ ایسوسی ایشن اور ایسی ہی دیگر تجارتی انجمنوں سے سرمایہ، تجارت، صنعت اور متعلقہ اقتصادی شعبہ جات کی خبریں سہولت سے مہیا ہو جاتی ہیں۔

سماجی خدمت گزار انجمنیں جو عموماً مقبول اور فعال ہوتی ہیں مثلاً روٹاری کلب، لائنز کلب، وائی ایم سی اے، روٹراکٹ کلب، لیو کلب، جےسس انٹرنیشنل، راؤنڈ ٹیبل، وائی ڈبلیو سی اے، وغیرہ ہر شہر میں سرگرم سماجی ادارے مصروف عمل رہتے ہیں۔

سیاسی جماعتوں کے دفاتر میں ہمیشہ ہلچل رہتی ہے۔ قتدر جماعت یا حزب مخالف کے دفاتر سے رابطہ رکھ کر اہم خبری اشارے حاصل کیے جا سکتے ہیں۔ اسی طرح مزدور یونین کے دفاتر اور اہم سماجی خدمت گاروں یعنی سوشل ورکرس سے دوستانہ تعلقات مفید ثابت ہوتے ہیں۔

آج کل طلبہ کی سرگرمیاں کافی اہم مواد فراہم کرتی ہیں۔ مقامی کالجوں کی انجمنیں بھی ہوتی ہیں اور قومی سطح کے بھی طلبہ کے ادارے سرگرم رہتے ہیں مثلاً آل انڈیا اسٹوڈنٹس فیڈریشن اکھل بھارتیہ دویارتھی پریشید وغیرہ۔ اسی طرح اساتذہ کی

انجمنیں بھی بہت متحرک ہوگئی ہیں۔تقریباً ہر اہم فیکٹری، کالج، دفتر، ادارہ، یونیورسٹی میں مختلف نوعیت کی ادبی، سماجی، ثقافتی انجمنیں قائم ہیں اور ان کی سرگرمیاں اخبار میں دلچسپی سے پڑھی جاتی ہیں۔ اہم سائنس دانوں، اقتصادی ماہرین، تجربہ کار وظیفہ یاب اعلا افسران، ماہرین تعلیمات، سابق وزراء وغیرہ سے رفیقانہ روابط رکھ کر اخبار نویس خبریں اور رائیں حاصل کرسکتے ہیں۔ شہر میں کوئی ادبی یا سائنسی تحقیقاتی ادارہ قائم ہے تو وہاں کے ادیبوں، شاعروں یا سائنس دانوں سے اخبار نویس نئی اور قابل اشاعت اطلاعات کا طالب ہوسکتا ہے۔موسیقی، ڈرامہ، فلم، رقص جیسے موضوعات پر مہارت رکھنے والے افراد اخبار کے لیے ضروری مواد فراہم کرسکتے ہیں۔مختلف مذہبی اداروں، دینی مدرسوں، آشرموں، مساجد، مندروں، گرجا گھروں اور گوردواروں سے بھی ضروری اطلاعات ملتی رہتی ہیں۔

شہر میں چڑیا گھر، عجائب گھر یا محکمۂ تحفظ آثار قدیمہ کے دفاتر ہوں تو وہاں کے افسران کی وساطت سے بھی ایسی خبریں حاصل ہوسکتی ہیں جو کافی دلچسپ بنا کر پیش کی جاسکتی ہیں۔ ہر مقام پر کچھ ایسے شوقین افراد ہوتے ہیں جنھیں عجیب و غریب اشیاء جمع کرنے کی دھن رہتی ہے۔بعض افراد ڈاک کے ٹکٹ، ماچس لیبل، نادر کتابیں، قدیم رسالے، کرنسی نوٹ، اخبار کے تراشے، قدیم سکے یا ایسی ہی دیگر انوکھی اشیاء کی کھوج نکالتے رہتے ہیں۔ایسے افراد سے اخبار نویس کافی مستفید ہو سکتا ہے۔غرض اخبار کے لیے مختلف النوع خبریں حاصل کرنے کے لیے اخبار نویسوں کا ہمیشہ متفکر اور مضطرب رہنا مفید ثابت ہوگا۔ اپنے تردد سے وہ اپنے

معاصرین پر سبقت لے جا سکتے ہیں۔اس کے لیے ہر صحافی میں آ گہی ،طلب ذوق کا ہونا بہت ضروری ہے۔

خبریں حاصل کرنے کے مختلف طریقے

ذاتی ملاقات اور بالشافہ گفتگو مستند خبریں حاصل کرنے کا قدیم اور بہترین طریقہ ہے۔آج کل ٹیلی فون کے ذریعے بھی یہ کام زیادہ سے زیادہ نکالا جاتا ہے۔ مگر ٹیلی فون پر گفتگو کرنے والا بہت محتاط رہتا ہے۔ یہ بھی ممکن ہے کہ جس وقت صحافی کا فون پہنچے متعلقہ افسر وزیر یا شخصیت کے روبرو کچھ ایسے لوگ بیٹھے ہوئے ہوں جن کے سامنے وہ اہم باتیں کرنے سے احتراز کرے۔ جو آسانی اور آزام آمنے سامنے کی گفت وشنید میں ہے وہ ٹیلی فون میں مفقود ہے۔ ٹیلی فون پر کسی بات کو دریافت کرتے وقت یہ اندازہ نہیں لگتا کہ متعلقہ فرد کیے گئے سوالات سے خوش ہے یا بیزارگی سے جواب دے رہا ہے۔ممکن ہے کہ وہ کوئی نہ کوئی بہانہ بنا کر ضروری نکتہ ہی بتائے۔ یہ بھی ممکن ہے کہ وہ بالکل ٹال مٹول کردے۔ویسے ٹیلی فون کی عام اہمیت اور فوری مدد سے انکار نہیں کیا جا سکتا۔ یہ بہتر ہوگا کہ اخبارنویس جہاں تک ہو سکے ذاتی گفتگو کو زیادہ فوقیت دے بعض اہم معاملات پر تفصیلی روشنی کے لیے اہم شخصیات سے ''اخباری ملاقات'' کا اہتمام کیا جاتا ہے۔ایسے انٹرویو میں اطمینان بخش حد تک بالشافہ بات چیت ہوسکتی ہے۔آج کل پریس کانزنس کے ذریعے بھی نامہ نگاروں کو اچھی خاص خبریں حاصل ہو جاتی ہیں۔مگر ایسی پریس کانفرنسوں میں

تمام نامہ نگاروں کو یکساں مواد ملتا ہے، کوئی بات خصوصیت کے ساتھ حاصل نہیں کی جاسکتی۔

بڑے اخبارات جن کی آمدنی کافی ہوتی ہے اور جو بھاری اخراجات کے متحمل ہو سکتے ہیں اپنے خصوصی نامہ نگاروں مقرر کر کے خاص خبریں حاصل کرتے ہیں۔ خصوصی نامہ نگار، غیر ملکی نامہ نگاروں اور لابی نامہ نگار، خاص مقاصد کے لیے متعین رہتے ہیں۔ کوئی اہم کانفرنس ہو یا قومی یا بین الاقوامی سطح پر اجلاس ہو تو بڑے اخبارات اپنے تجر کار نامہ نگاروں کو خصوصی ذمہ داری تفویض کرتے ہیں۔ ماہر نامہ نگار ایسے بڑے اجلاس یا کانفرنس میں موجود رہ کر خصوصی خبریں جمع کرنے کی کوشش کرتے ہیں۔ جدو جہد یہ ہوتی ہے۔ کہ کوئی ایسی خبر مل جائے جو عام طور سے خبر رساں ایجنسی یا عام نامہ نگاروں کے ہاتھ نہیں لگی ہے۔ ایسے خصوصی نامہ نگار اپنی مہارت کے بل بوتے پر یا اپنے گہرے روابط کی بنیاد پر یا اپنی فراست سے اور بعض اوقات اپنی خوش قسمتی سے خصوصی خبریں حاصل کرنے میں کامیاب ہو جاتے ہیں۔

کوئی سنسنی خیز قتل ہو گیا ہو، ریل بس یا ہوئی جہاز کا زبر دست حادثہ رونما ہوا ہو یا کہیں بہت بڑا زلزلہ یا سیلاب آ کر تباہ کاری مچا رہا ہو تو خصوصی صحافی دوڑائے جاتے ہیں تا کہ وہ واقعات یا معاملات کی گہرائی تک پہنچ کر کچھ نہ کچھ ایسی تفصیلات کھوج نکالیں جس سے قارئیں میں اخبار کی وقعت بڑھے اور اشاعت میں ترقی ہو عام طور سے ایسے خصوصی نامہ نگاروں کے ساتھ پریس فوٹو گرافر بھی ہوتے ہیں جو جائے واردات کی منہ بولتی تصویریں لے کر خبر کو مضبوط بناتے ہیں۔ حکمران سیاسی

جماعت کے سالانہ اجلاس، چوٹی کانفرنس، عالمی کنونشن، اولمپک کھیلوں، ایشیائی کھیلوں، دولت مشترکہ اجتماعات، نا وابستہ ممالک کانفرنس جیسے اہم عالمگیر نوعیت کے موقعوں پر خصوصی نامہ نگاروں کی اہمیت بڑھ جاتی ہے۔

غیر ملکی نامہ نگار اہم بین الاقوامی خبری مراکز جیسے لندن، نیویارک، ٹوکیو، قاہرہ، ہانگ کانگ، پیرس بیجنگ وغیرہ مقیم رہتے ہیں۔ یہ نامہ نگار گویا اس ملک میں اخبار کے ''سفیر'' ہوتے ہیں۔ ایسے نامہ نگار جن کی تنخواہیں بھاری اور اخراجات خطیر ہوتے ہیں آن بان سے اہم غیر ملکی شہروں میں رہتے ہیں اور غیر معمولی خبریں بہم پہنچانے کا جتن کرتے ہیں۔ ایسا بھی ہوتا ہے کہ ایسے نامہ نگار ہفتوں بلکہ مہینوں تک کوئی خبر فراہم نہیں کرتے مگر ان کی موجودگی بڑے اخبارات کے لیے وقار کا مسئلہ ہے۔ بعض اخبارات اپنے غیر ملکی نامہ نگاروں سے ہفتہ وار یا پندرہ روزہ یا ماہانہ ''خبر نامے'' یعنی نیوز لیٹر طلب کر کے اہم غیر ملکی معاملات کے خصوصی جائزے پیش کرتے ہیں۔

لابی نامہ نگار عام طور سے بڑے اخبارات کی جانب سے مقرر ہوتے ہیں۔ مرکزی پارلیمان میں اور تقریباً ہر قانون ساز اسمبلی کی عمارت میں ایک مخصوص کمرہ یا ہال ہوتا ہے جسے ''لابی'' Lobby کہتے ہیں۔ یہ وہ برآمدہ ہے جہاں اراکین پارلیمان یا اسمبلی یا کونسل وقتاً فوقتاً آرام لینے یا انتظار کرنے یا اپنے ضروری ملاقاتیوں سے ملنے کے لیے آتے ہیں۔ ایسی جگہ آرام دہ کرسیاں یا صوفے مہیا رہتے ہیں۔ اکثر چائے نوشی یا ہلکے پھلکے ناشتے کے لیے بھی یہی ''پیش دالان''

مستعمل ہوتا ہے۔ پارلیمانی یا اسمبلی اجلاس شروع ہونے سے قبل یا درمیانی وقفہ میں یا اختتام کے بعد ایسے مقام پر کافی ہلچل رہتی ہے۔ اراکین اور وزراء کی باہمی گفتگو کا سلسلہ جاری رہتا ہے۔ یہاں دوستانہ ماحول بھی رہتا ہے اور رازدارانہ فضا بھی۔ گپ شپ کے لیے بھی اراکین یہیں آتے جاتے رہتے ہیں۔ ایک دوسرے پر اثر و رسوخ ڈالنے کے لیے یہی جگہ معقول اور محفوظ سمجھی جاتی ہے۔ ایسے اہم اور خصوصی مقام پر چند خاص اخباری نمائندوں کو آنے جانے کی اجازت رہتی ہے جس مقصد کے لیے انہیں خصوصی لابی پاس جاری کیے جاتے ہیں۔ جن معمر، تجربہ کار، باوقار اور اہم تسلیم شدہ نامہ نگاروں کو ایسی رعایت اور اجازت حاصل ہیں انہیں لابی رپورٹر یا ''لابی کرسپانڈنٹ'' کہتے ہیں۔ ایسے حق یافتہ اخباری نمائندے عموماً لابی میں منڈلاتے رہتے ہیں۔ کبھی اس رکن سے بات چیت کی تو کبھی اس رکن سے علیک سلیک کی۔ کبھی اس وزیر سے مصافحہ کیا تو کبھی اس وزیر کو آگاہی دی یا آگاہی حاصل کی۔ ایسے قریبی تعلقات اور دوستانہ روابطہ کا نتیجہ یہ نکلتا ہے کہ ایسے نمائندوں کو اہم تبدیلیوں کی ''بھنک'' لگ جاتی ہے۔ کابینہ میں متوقع تبدیلیوں کے اشارے مل جاتے ہیں۔ عنقریب رونما ہونے والے سیاسی تغیرات کا دھندلا عکس نظر آجاتا ہے۔ آخر کار اراکین پارلیمان اور اراکین اسمبلی اور وزراء بھی انسان ہی ہیں۔ دوران گفتگو ان کے منہ سے کوئی نہ کوئی بات ایسی نکل جایا کرتی ہے جو بالکل نئی ہوتی ہے اور زوردار خبر کی طاقت رکھتی ہے۔

لابی کرسپانڈنٹ اپنے اس استحقاق کا بھرپور فائدہ اٹھانے کی پوری کوشش

کرتے ہیں اور کوئی نہ کوئی ''دور کی کوڑی'' ضرور لاتے ہیں، یعنی وہ خبر جو عام حالات میں دنوں بلکہ ہفتوں بعد سرکاری طور پر عیاں ہوگی وہ لابی نمائندوں کو ''قبل ازوقت'' حاصل ہو جاتی ہے۔ بعض اوقات لابی نامہ نگار ہفتوں بلکہ مہینوں تک کوئی خبر اپنے اخبارات کو نہیں دے سکتے، مگر وہ مصروف ضرور رہتے ہیں۔ کبھی کبھار وہ ایسی خبر لے آتے ہیں کہ اگلی پچھلی ساری کسر پوری ہو جاتی ہے۔ کسی بھی کثیر الاشاعت اور موقر اخبار کے لابی نمائندہ کے حیثیت سے کام کرنا صحافی زندگی کی معراج سمجھی جاتی ہے۔

صحافت سے متعلق انگریزی میں ''پانچ ڈبلیو اور ایک ایچ'' 5 Ws and H کافی مشہور ہیں:۔

1 What ?

2 Where ?

3 When ?

4 Who ?

5 Why ? And

6 How ?

انہیں ہم بڑی سہولت سے ''چھ کاف'' کہہ سکتے ہیں یعنی

1 کیا؟

2 کہاں؟

3 کب؟

4 کون؟

5 کیوں؟ اور

6 کیسے؟

یعنی کسی بھی واقعہ کی تفصیل میں ان اہم ''ک'' سوالات کے جوابات مضمر ہوں تو خبر ایک اطمینان بخش حد تک کامل سمجھی جاتی ہے۔ خبر کے متلاشی نامہ نگار کو یہی جستجو رہنی چاہیے کہ کیا ہوا؟ کہاں اور کب ہوا؟ کون کون ملوث تھے؟ بات کیسے ہوئی اور کیوں ہوئی۔؟

یہ سوال کہ ''کیوں ہوئی؟'' اور ''کیوں ہوا؟'' ذرا مشکل اور کافی توجہ طلب ہیں۔ اس سوال کے جواب کے لیے نامہ نگار کو کافی مشقت کرنی پڑتی ہے۔

تجربہ کار اخبار نویسوں کی رائے ہے کہ خبریں جمع کرنے کے کام میں فتح مند رہنے کے لیے ادنی سے ادنی بات پر توجہ دینی ہوتی ہے اور سماج کے ہر طبقہ کے افراد سے ربط رکھنا ضروری ہوتا ہے۔ کبھی کبھی قلی، معمولی مزدور، چھوٹے موٹے دوکاندار، سینما گھر کے ملازم، ہوٹلوں کے بیرے، پان فروش، پھیری والے، ڈرائیور، افسروں کے نوکر، سرائے والے، تانگہ بان، رکشہ والے، چوکیدار جیسے اشخاص اخبار نویس کے لیے اہم اشارے فراہم کرسکتے ہیں جن کی مدد سے بڑی خبریں حاصل کی جاسکتی ہیں۔ اکثر وبیشتر ایسے لوگوں کے تعاون سے پوشیدہ خبریں مل جایا کرتی ہیں۔

خبریں اشیاء سے زیادہ لوگوں کی وجہ سے جنم لیتی ہیں، لہذا ہر قسم کے لوگوں

سے جتنے زیادہ تعلقات قائم ہوں گے وہ کسی بھی صحافی کے حق میں مفید ثابت ہوں گے۔ ایسے لوگوں سے بہت قریبی اور خوشگوار روابط رکھنا چاہیے جن کا سابقہ ہمیشہ مختلف لوگوں سے پڑتا رہتا ہے۔ سماج کے یہی افراد ہیں جو ہمیشہ بدلتی ہوئی زندگی، ہمیشہ رواں دواں مصروفیات اور واقعات سے نزدیکی واقفیت پاتے ہیں۔ ایسے باخبر افراد سے ''شہ'' پاکر چالاک صحافی کی تہہ تک بڑی آسانی اور کامیابی سے پہنچ سکتا ہے۔

خبروں کی تیز رفتار ترسیل

خبریں پہلے پہل زبان سنائی جاتی تھیں۔ دنیا میں تحریر کی ایجاد سے قبل ''منہ کی کہی ہوئی'' باتیں ہی شرف قبولیت حاصل کرتی تھیں۔ تحریری خبر ناموں کی ترسیل کا آغاز ہرکاروں سے ہوا۔ پیادہ یا گھوڑا سوار قاصد ایک جگہ سے دوسری جگہ پیغامات پہنچانے لگے۔ کچھ دنوں بعد بگھی گاڑیوں کے ذریعے خطوط کی آمد و رفت کا سلسلہ شروع ہوا۔ ریل گاڑی کی ایجاد کے بعد رفتار میں تیزی آئی اور محکمہ ڈاک کی کارکردگی کا دائرہ عمل وسیع ہوتا گیا۔ بحری جہازوں سے زبانی اور تحریری دونوں پیغامات پہنچتے تھے مگر اس وسیلہ میں تاخیر بہت تھی۔ کبوتروں کے ذریعے پیغام رسانی کا ذریعہ دنیا کی قدیم ترین خبر رساں ایجنسیوں وولف، ہوکس اور رائٹر نے بھی اپنایا تھا۔

اعضائی اشاروں اور بصری علامتوں سے اطلاعات کے اظہار کا طریقہ طرح

طرح سے صدیوں سے جاری ہے۔ٹیلوں پر آگ جلا کر یا رنگین پرچم لہرا کر خصوصی پیغامات کا اشارہ دیا جاتا ہے۔افریقہ کے وحشی قبائل ڈھول کی مختلف آوازوں سے اطلاعات دینے کی روایات کا سلسلہ آج بھی قائم رکھتے ہیں۔ڈھول پیٹنے کی مدھم اور اونچی لے سے خاص مطلب نکالے جاتے ہیں۔امریکہ کے قبائلی خصوصی اشاروں کے لیے ڈھواں مختلف رنگوں، اور ڈھنگوں سے اونچا اور نیچا کرتے ہیں جس سے کوئی خاص مطلب متصور ہوتا ہے۔کنستروں، ٹوکریوں اور جھنڈیوں کے سنوارنے، سجانے اور لٹکانے کے طور پر طریقوں سے خصوصی معنی نکالے جاتے ہیں ۔کشتیوں میں پیغامات کے لیے آج بھی رنگین پرچموں کا استعمال ہوتا ہے۔ریل اور ہوائی جہاز اور دیگر نقل وحمل کے ذرائع مختلف طریقوں سے ''سگنل'' Signal دینے کا رواج عام ہے۔وقت کے ساتھ ان ڈھنگوں میں حیرت افزا تبدیلیاں پیدا ہوئی ہیں۔

خبروں کی تیز رفتار ترسیل کی تاریخ میں انقلابی تبدیلی تاربرقی کی اختراع سے شروع ہوئی۔حالانکہ مسافت پر فتح پانے کی مسلسل کوشش زمانہ دراز سے جاری تھی مگر تاربرقی جیسی مددگار ایجاد نے ایک قدیم انسانی خواب کو شرمندۂ تعبیر کردیا۔برقی قوت کی ایجاد کے بعد کئی نئے انکشافات ہوئے۔کئی عملی تجربات میں زبردست کامیابی نصیب ہوئی۔تار و برقی کی یادگار ایجاد کا سہرا ایس ایف بی مارس S.F.B.Morse کے سر بندھتا ہے۔انہیں کے نام پر تاربرقی کا طریقہ ''مارس کوڈ'' مشہور ہے۔سب سے پہلا تاربرقی پیغام کامیابی کے ساتھ 1866ء میں بھیجا

"میں 1872ء نے موجد امریکی نامی J.B.Stearns. جے بی اسٹرنس گیا ہے۔
پلیکس نامی طریقہ ایجاد کرکے تار برقی کو تقویت دی۔ ایک اور معروف امریکی موجد
"میں 1874ء نے Thomas Alva Edison تھامس آلوا ایڈیسن
کواڈروپلکس" نامی طریقہ ایجاد کر کے تار برقی پیغامات کی ترسیل میں مزید تیز رفتاری کے مواقع فراہم کیے۔ اس کے بعد ٹیلی پرنٹر، ٹیلی ٹائپ رائٹر، ٹیلیکس، ٹیلی ٹائپ سینٹر، ٹیلی آٹوگراف، ٹیلی فون، ریڈیو ٹیلی فون، ریڈیو فوٹو، وغیرہ کئی جدید آلات ایسے رونما ہوئے جن سے خبریں نا قابل یقین رفتار سے آنے جانے لگیں۔ آج کل کمپیوٹروں کے زیادہ سے زیادہ استعمال اور مصنوعی سیاروں کی مدد سے خبروں کی ترسیل میں محیرالعقول تبدیلیاں آ گئی ہیں۔ ان جدید ترین وسائل کے مسلسل استعمال سے خبریں دنیا بھر میں برق رفتاری سے پھیل جاتی ہیں۔ ان آسانیوں سے جملہ وسائل ابلاغ استفادہ کر رہے ہیں۔

چند اہم نکات

یہ ہمیشہ یاد رہے کہ سماج کی محرومیوں، ناکامیوں، غلط اقدام، سماری وغیرہ میں خبر کا عنصر زیادہ پایا جاتا ہے۔ صحافی نہیں چاہتا کہ وہ المیوں اور حادثوں ہی کے بارے میں روداد یں شائع کرتا رہے مگر اخباری ذمہ داری کا تقاضہ ہے کہ ہر وہ خبر دی جائے جو قابل لحاظ، قابل توجہ اور قابل غور ہے، لہذا ضروری ہے کہ حالات پوری دیانت داری سے دیے جائیں۔ خبروں کی منطق کی اہمیت جذبات کی نزاکت سے

زیادہ ہوا کرتی ہے۔

سماج کی برائیاں، شرمناک واقعات، اغواء کی واردات، زنا بالجبر کے حادثات، ساس سسر سے تنگ آ کر بہو کی خودسوزی، بیوی کی پاکبازی پر شک وشبہ پر شوہر کے ہاتھوں بیوی کا قتل، بھائی کے ہاتھوں بہن کی ہلاکت، کسی استاد اور شاگرد میں ہاتھا پائی، اور اسی لہر کی خرابیاں صحافیانہ نظر سے اچھی خبریں ہیں۔ چونکہ ایسی خبری تفصیلات سے اخبار نویس کو فرار ناممکن ہے۔ اس لیے یہی احتیاط برتی جائے کہ ایسی خبروں کو غیر ضروری طور پر اچھالا نہ جائے۔

پچاس ساٹھ سال پہلے یہ حال تھا کہ لوگ تین چار دن پرانی خبر پڑھ کر بھی اطمینان کا اظہار کرتے تھے، مگر آج کلے کے قارئین باسی خبروں سے ایک طرح کی چڑ رکھتے ہیں۔ تیز رفتاری عصری دنیا کی اہم ضرورت ہے۔ اور ہر صحافی کو یہ دھیان رکھنا چاہیے کہ خبروں کی ترسیل میں لمحات کی تاخیر نہ ہو۔

چھوٹے اخبارات اور بڑے اخبارات کی خبری ضروریات علاحدہ ہوتی ہیں۔ اس لیے نامہ نگار یہ احساس ضرور رکھے کہ وہ کس اخبار کے لیے خبریں جمع کر رہا ہے۔ ساتھ ہی یہ لحاظ بھی رکھنا پڑتا ہے۔ کہ متعلقہ اخبار کے عام قارئین کے طرز، رخ اور انداز کیا ہیں؟ وہ کس قسم کی اطلاعات سے زیادہ دلچسپی رکھتے ہیں۔ مثلاً اخبار کسی صنعتی علاقہ میں شائع ہوتا ہے تو وہاں کے قارئین کی دلچسپیاں ظاہر ہے کہ ایسے علاقہ سے جداگانہ ہوں گی جہاں زیادہ تر تاجر پیشہ لوگ بستے ہیں۔ اسی طرح اخبار کے قارئین کے مذاہب، فرقوں اور ذیلی فرقوں کا خاص خیال رکھنا پڑتا ہے۔ کوئی بھی

قاری ایسے اخبار کو ضرور ناپسند کرے گا جس میں اس کے دینی جذبات کو چوٹ لگائی جاتی ہیں یا فرقہ وارانہ احساسات کا احترام نہیں کیا جاتا۔ جو اخبار قصبات میں زیادہ فروخت ہوتا ہے اس میں دیہی خبریں زیادہ ہونی چاہئیں۔

زبان کے لحاظ کے علاوہ اخبارات میں مختلف اقوام کی سرپرستی کی تخصیص ہوا کرتی ہے مثلاً گجراتی اخبار عموماً دو حصوں میں تقسیم کیے جاتے ہیں: ہندو گجراتی اخبار اور پارسی گجراتی اخبار، اس طرح اردو اخبارات بھی عموماً مسلم اخبار، ہندو اخبار اور سکھ اخبار جیسے حصوں میں تقسیم کیے جا سکتے ہیں۔ ظاہر ہے کہ قارئین کی اکثریت کا لحاظ کر کے ایسی خبروں کو زیادہ ترجیح دینی پڑتی ہے جو اخبار کے قارئین کی کثرت کو اپیل کر سکیں۔ بعض اخبارات سیاسی جماعتوں کی ملکیت ہیں۔ قدرتی طور پر ایسے اخبارات متعلقہ سیاسی جماعت کے نظریات زیادہ منعکس کرتے رہیں گے۔

ہر اخبار ہر پڑھنے والے کو ہر روز مکمل طور پر مطمئن کرنا کسی بھی مدیر یا ناشر کے لیے قطعی ناممکن ہے۔ تاہم یہ کوشش کی جا سکتی ہے کہ کسی بھی اشاعت میں حتی المقدور ایسی خبروں کا انتخاب شائع ہو جس سے قریب قریب ہر طبقہ اطمینان پا سکے۔

کسی بھی نامہ نگار کے لیے یہ ضروری ہے کہ وہ اپنے علاقہ کی جغرافیہ سے بخوبی واقف ہو۔ جہاں اسے بر سر عمل رہتا ہے وہاں کی گلی گلی اور کوچہ کوچہ سے وہ شناسا ہو۔ اسے یہ اچھی طرح یاد ہو کہ فلاں دوکان کہاں ہے، فلاں مدرسہ کہاں ہے، فلاں ادارہ کہاں واقع ہے۔ نہ صرف مقامات بلکہ مقامی اہم لوگوں سے شناسائی، دوستی اور ممکنہ طور پر گہری پہچان ضروری ہوا کرتی ہے۔ جس طرح علاقہ کا پولیس افسر

اپنے حدود کے ہر راسیت اور ہر غنڈے سے واقف رہنے کی کامیاب کوشش کرتا ہے اخبار نویس بھی اپنے مقام کی تمام عمارتوں کی شناخت رکھے۔تمام غنڈوں،شریف لوگوں،افسروں،سماجی خدمت گزاروں،منتخب سیاسی نمائندوں یعنی میونسپل کونسلر، کارپوریٹر،ایل ایل اے،ایم ایل سی،ایم پی وغیرہ سے اچھی طرح متعارف رہے۔

کم سے کم چھٹیوں کے ساتھ سال میں زیادہ سے زیادہ دن **مسلسل** جمع کرتے رہنے کا کام حد درجہ سنجیدہ،ایک حد تک تکلیف دہ اور کبھی کبھی اکتا دینے والا ہوتا ہے۔مگر صحافی سے توقع کی جاتی ہے کہ وہ ذوق سے کام کرے اور صحافت جیسے عظیم شجر کی آبیاری کرے۔

باب 4

خبریں کیسے لکھی جائیں؟

ہر صحافی کا فرض ہے کہ وہ صحافتی انداز تحریر کو بخوبی ذہن نشیں کر لے۔ اخباری انداز بیان خصوصی نوع کا ہوتا ہے یعنی طور پر یہ ادبی کتابی انداز تحریر سے جداگانہ ہوتا ہے ضرورت ہے کہ اخباری زبان ہر لحاظ سے صحیح اور معیاری ہو۔ حتی الامکان زبان کی لطافت اور چاشنی قائم رکھنے کی کوشش کی جائے۔ الفاظ ہلکے پھلکے ہوں۔ جملے چھوٹے چھوٹے ہوں زبان پڑھنے میں سہل ہو۔ جتنے چھوٹے چھوٹے پیراگراف ہوں گے اتنا ہی مضمون شوق سے پڑھا جائے گا۔ ہر تحریر میں نفس مطلب، استدلال اور نتیجہ کا خصوصی لحاظ رکھا جائے گا۔

بنیادی طور پر خبریں پانچ طریقوں سے لکھی جاتی ہیں:

(1) الٹا ہرام Inverted Pyramid

(2) خلاصہ Summary

(3) معطل دلچسپی Suspended Interest

(4) سلسلہ وار بیان Chronologcal Narrative

اور (5) تحیر Suspense

خبروں کی ساخت

روزنامہ اخبارات میں شائع ہونے والی اکثر و بیشتر خبریں ''الٹا اہرام'' یعنی انورٹڈ پرامڈ Inverted Pyramid طرز پر مبنی ہوتی ہیں۔ مصر میں فرعون کی قبر تکونی ہوتی ہے یعنی اس کی شکل مخروطی ہوا کرتی ہے۔ اخباری ساخت میں یہ شکل الٹی کر لی جاتی ہے یعنی ساخت کی شکل ایسے ہو جاتی ہے۔

کوئی مقالہ یا مضمون یا افسانہ فرصت سے اور اطمینان سے تحریر کیا جاتا ہے۔ مگر خبر نویسی میں ہر ممکن عجلت از بس ضروری ہے۔ کسی بھی خبر میں ''انتہا'' ہر حال میں ''ابتداء'' میں دینی ضروری ہوتی ہے۔ جو اہم ترین بات ہوتی ہے وہ اوائل میں دی جاتی ہے اور پھر درجوں کے ساتھ تفصیل بیان کی جاتی ہے۔ جیسے جیسے پیراگراف پڑھتے ہیں کم سے کم اہمیت والی باتیں وہاں مذکور ہوتی ہیں۔ یعنی سب سے پہلے پیراگراف میں ''نہایت ضروری'' بات۔ اس سے کم اہمیت والی بات دوسرے میں اور پھر اس سے کم اہمیت والی معلومات تیسرے پراگراف میں۔ اور اسی طرح تدریجی حالات مرقوم ہوتے ہیں۔

فرض کیجیے کہ آپ کا ایک بے تکلف درست آپ کو کسی قریبی بینک پر ڈاکہ کا حال سنا رہا ہے تو کیا وہ اس طرح شروع کرے گا کہ:

میں کل صبح بڑے بازار سے گزر رہا تھا، میرا خیال تھا کہ پہلے تو کسی اچھے ریستوران میں ایک پیالی چائے پی لوں، پھر وہاں سے آگے جا کر اخبار فروش کی دوکان سے صبح کا اخبار خریدوں، میں چائے پینے کی بعد ریستوران سے باہر نکل کر کیا دیکھتا ہوں کہ بازار میں کچھ افراتفری ہے۔ میں نے پاس کھڑے ہوئے ایک

صاحب سے پوچھا کہ ''بھئی کیا بات ہے؟'' انہوں نے کہا کہ ابھی کچھ لمحوں میں پہلے کبیر کمرشیل بینک پر ڈاکہ پڑا............

ظاہر ہے کہ یہی کئی باتیں غیر ضروری ہیں۔ اہم بات یہ ہے کہ بینک پر ڈاکہ پڑا۔ ڈاکوؤں نے گولیاں چلائیں اور نقدی لے کر فرار ہو گئے۔

یعنی سب سے پہلے اہم ترین بات ''جھٹ پٹ'' اور اختصار کے ساتھ بیان کی جائے۔

ابتدائی سطروں ہی میں خبر پوری جامعیت کے ساتھ بیان کر دینا ایک کامیاب فن ہے۔ پہلی سطر ایسی دلکش تحریر ہو کر قاری پر خبر کی نوعیت یکسر واضح ہو جائے۔

خبروں کی صحیح ساخت کچھ اس طرح ہوتی ہے:

ابتدائیہ

ابتدائیہ کی تفصیل

زیادہ معلومات

مشاہدوں کا بیان

بقیہ تفاصیل

جملہ معیاری اخبارات اس ''الٹے اہرام'' کے طریقہ پر عمل کرتے ہیں کیونکہ اہم خبروں کو جلد از جلد فاش کرنے کا یہ ایک بہترین وسیلہ ہے۔

اہم ترین بات سرفہرست اور غیر اہم بات سب سے آخر میں درج ہوتی ہے یعنی ضروری نہیں سمجھا جاتا کہ خبروں کی تفصیل سلسلہ وار دی جائے۔

اس ''ساخت'' کو نامہ نگار بھی بہت پسند کرتے ہیں کیونکہ اس طریقہ کار کو اپنا کر وہ کوئی بھی خبر مختصر سے مختصر بھی لکھ سکتے ہیں اور طویل سے طویل بھی لکھ سکتے ہیں۔

جو باتیں معمولی اہمیت کی ہوتی ہے وہ درمیانی حصہ میں جوڑ دی جاتی ہیں۔ جس قاری کو خبریں دلچسپی ہوتی ہے وہ پوری طرح روداد پڑھ کر حالات یا معاملات کے تمام تانوں بانوں سے متعارف ہوسکتا ہے۔ جو قاری عجلت میں ہوتا ہے وہ اوائل کے دو چار سطور سے ہی خبر سے واقفیت حاصل کر کے مطمئن ہو جاتا ہے۔

''الٹے اہرام'' ساخت کی رپورٹوں کو ''سب ایڈیٹر'' احباب بھی اچھی نظروں سے دیکھتے ہیں کیونکہ انہیں مناسب اور معقول سرخی لکھنے میں زیادہ آسانی نصیب رہتی ہے۔ ساتھ ہی وہ یہ فیصلہ بھی جلد از جلد کر سکتے ہیں کہ مذکورہ خبر کس صفحہ پر اور کس اہمیت کے ساتھ شائع کی جائے۔ اگر جگہ کی کمی کا مسئلہ ہو تو خبر کے آخری حصے کمپوزنگ، یا کتابت یا میک اپ کے وقت پر حذف کیے جا سکتے ہیں۔

خبر رساں ایجنسیوں کے مدیران بھی اس طریقہ کار کو سہل، مفید اور پرکشش سمجھتے ہیں۔ آج کا قاری اخبار کافی عجلت میں پڑھتا ہے اور چاہتا ہے کہ تمام اہم خبریں اسے ''بہ یک نظر'' حاصل ہو جائیں۔

وہ نامہ نگار جو اس طریقہ کو اپناتا ہے خبر نویسی کم سے کم وقت میں ختم کر کے ترسیل کے ذرائع کے حوالے کر سکتا ہے۔ کسی بھی معاملہ کا ''لب لباب'' پہلے ہی پیرا گراف میں دے کر قاری کی دلچسپی کا سامان فراہم کر دیا جا سکتا ہے۔

یہ ''اہرامی'' طریقہ یا ''الٹا اہرامی'' طریقہ سب سے پہلے امریکہ میں زمانۂ

جنگ میں زیادہ اپنایا گیا تھا۔ بعد میں اس کی بڑھتی ہوئی مقبولیت نے اسے دوامی حیثیت بخش دی ہے۔

خلاصہ:

دوسری ساخت ''خلاصہ'' یا Summary کہلاتی ہے یعنی کسی بھی خبر کا ''خلاصہ'' یا ''ماحصل''، مختصر مگر جامع انداز میں بیان کیا جاتا ہے۔ آسان سے آسان زبان اور سہج الفاظ کو ترجیح دی جاتی ہے۔ جملے بھی چھوٹے چھوٹے تحریر کیے جاتے ہیں تاکہ پڑھنے والے کو زیادہ دقت نہ ہو۔ کوشش کی جاتی ہے کہ ایسے خلاصہ میں دماغ میں آنے والے تمام سوالات کے تمام جوابات حتی الامکان فراہم ہو جائیں۔ ماحصل بیان کرتے ہوئے ساتھ ہی یہ سعی کی جاتی ہے کہ چند ضروری تفصیلات کا احاطہ بھی ابتدائی جملوں یا پیراگرافوں میں ہو جائے۔ کسی بھی اہم خبر کا صحیح خلاصہ تحریر کرنے کے لیے قدرے وقت درکار ہوتا ہے۔ کیونکہ جملہ ضروری تفصیلات کو کمال خوبی کے ساتھ تحریر میں سمو کر جامع تصویر پیش کرنی ہوتی ہے۔ مسئلہ سماجی ہو یا سیاسی ،واقعہ مقامی ہو یا عالمی، ''خلاصہ'' کچھ ایسے انداز میں تحریر ہوتا ہے کہ پڑھنے والے کو حالات اور واقعات کا ایک قابل فہم ''محیط'' جائزہ ملے۔ ایسے طریقہ کار کو پسند کرنے والے صحافیوں کا خیال ہے کہ کسی بھی خبر کو ''یکا یک''، وہ اچانک'' یا ''دھڑک'' کہہ دینے کے بجائے کچھ ادارک پذیری سے کام لے کر مختصر مگر مناسب پس منظر کے سہارے کے ساتھ کہا جائے تو اثر زیادہ بہتر رہتا ہے۔ ''خلاصہ طرز اخبار نویسی'' میں

بھی نائب مدیر کو موثر اور اطمینان بخش سرخی جمانے کی سہولت رہتی ہے۔ بعض لوگوں کا خیال ہے کہ ''خلاصہ طریقہ کار پر خلوص کے ساتھ عمل کر کے خبر دی جائے تو قاری کو خبر تشفی بخش انداز میں مل سکتی ہے۔

معطل دلچسپی:

بعض خبریں ایسی ہوتی ہے کہ سب سے اہم بات آخری حصہ یا آخری سطر میں دینی ہوتی ہے۔ کچھ قصے جذباتی ہوتے ہیں اور خبروں کی نوعیت ہی ایسی ہوتی ہے کہ روداد کے اختتام تک پڑھنے والی کی دلچسپی باقی رکھنی ہوتی ہے۔ اگر اہم بات اوائل حصہ ہی میں بتا دی جائے تو مزہ کرکرا ہو جاتا ہے۔ انسانی دلچسپی کے کئی واقعات ایسے رونما ہوتے ہیں جس میں بامعنی یا وقیع یا اہم ترین بات آخر میں دی جائے تو خبر کی دلچسپی پوری طرح قائم رہتی ہے جیسے جیسے خبر آگے بڑھتی ہے خبر کی ''مراد'' ہوا کرتی ہے۔

سلسلہ وار بیان:

''الٹی اہرام'' میں اہم بات فوراً عیاں ہو جاتی ہے، مگر کچھ حالات اور حوادث کی نوعیت ہی ایسی ہوتی ہے کہ معاملہ کو اچھی طرح ذہین نشین کرانے کے لیے تمام تفصیلات شروع سے آخر تک بتدریج ظاہر کرنی ہوتی ہیں۔ تدریجی سلسلہ کا انداز اپنا کر بعض خبریں زیادہ صحیح اور واضح طور پر قارئین کی خدمت میں پیش کی جا سکتی ہیں۔

ہر بات تسلسل کے ساتھ ''یکے بعد دیگرے'' ہو بہو اسی ترتیب کے ساتھ دینی ہوتی ہے جیسے کہ وہ وقوع پذیر ہوئی تھی۔ایسی تحریر میں قاری کی دلچسپی برقرار رکھنے کا جتن بہت بڑی ذمہ داری ہے۔خبروں کی تحریر ایسے جاذب طریقہ پر کرنی پڑتی ہے کہ قاری اکتاہٹ کا شکار ہوئے بغیر خبر کی **مسلسل** پڑھتا چلا جائے۔جس طرح تاریخ کی کتاب میں تمام ابواب ایک خاص ''تاریخ وار'' سلسلہ واقعات کی صورت میں رقم ہوتے ہیں بالکل اسی طرح یہ خبریں واقعہ کے بعد واقعہ، حالت کے بعد حالت، تفصیل کے بعد تفصیل کا انداز اپنا کر لکھی جاتی ہیں۔جیسے ایک **مسلسل** ناول یا رواں دواں افسانہ یعنی واقعات کی قطار میں کوئی تبدیلی نہیں لائی جاتی۔یہ طریقہ کار ''سر گزشت نویسی'' بھی کہا جاتا ہے۔عموماً کسی اہم عدالتی مقدمہ کے سلسلہ میں شائع ہونے والی تفصیلات میں یہ طریقہ بہتر سمجھا جاتا ہے۔کبھی کبھی پارلیمانی روداد کی اشاعت میں بھی اس انداز بیان کی اہمیت تسلیم کی جاتی ہے۔

بعض اخبارات ''معطل دلچسپی'' اور ''سلسلہ وار بیان'' طریقوں کا حسین امتزاج پیدا کر کے بعض ضروری واقعات کی تفصیلات کو قوی اور معتبر بنانے کا اہتمام کرتے ہیں۔

تحیر:

کسی بھی راز کو ایک حد تک ''راز'' رکھنے کی کوشش میں ایک عجیب طرح کی دلچسپی باقی رہتی ہے۔ کچھ حالات ایسے ہوتے ہیں جن کا انجام معلوم کرنے کے لیے قاری کا اضطراب لمحہ بہ لمحہ بڑھتا رہتا ہے۔ کچھ واقعات میں ''پراسراریت'' کا عنصر پنہاں رہتا ہے۔ جاسوسی ناولوں میں خصوصاً سینکڑوں صفحات کی ورق گردانی کے بعد ''اصل'' بات پر سے پردہ اٹھتا ہے۔ بعض سیاسی، سماجی یا انسانی دلچسپی کی خبریں آجاتی ہیں کہ انہیں ایک خصوصی انداز کے ساتھ قارئین کی تفریح طبع کے لیے پیش کرنا پڑتا ہے۔ ایسی خبروں میں ہر سطر کے بعد قاری کا ''تجسس'' بڑھتا جاتا ہے۔ طرز تحریر یا رنگینئ بیان کا سہارا لے کر خبر کو ''آگہی طلب'' بنایا جاتا ہے اور پھر الفاظ کا جادو جگا کر مشتاق قاری کو ''اصل راز'' سے حیرت زدہ کیا جاتا ہے۔ ایسی خبریں بڑی احتیاط سے تحریر کی جاتی ہیں۔ مصروفیت کے اس زمانہ میں قاری کا ''استعجاب'' باقی رکھنا آسان کام نہیں ہے۔ ظاہر ہے کہ ایسی خبروں کو آناً فاناً لکھا نہیں جا سکتا۔ غور و فکر کے بعد نوک پلک درست کر کے ایسی ''باریک بین۔'' خبریں ترتیب دی جا سکتی ہیں۔ یہ بھی طے ہے کہ ایسی ''عجوبہ'' خبریں روز روز تو نہیں آجایا کرتیں۔ وقت مل سکتا ہے اور قارئین کو زیادہ محظوظ کرنے کا جذبہ صادق ہو تو اس طریقہ کار کو اپنا کر کچھ ''نادر'' خبروں کو مزید رنگین یا زیادہ جاذب توجہ بنایا جانا ممکن ہے۔ غیر سیاسی خبریں ہی اس انداز سے تحریر کی جا سکتی ہیں۔ ایسی خبروں کے لیے ''متعجب'' سرخیوں کی سخت ضرورت ہوتی ہے۔

خبر کا ''ابتدائیہ'' جملہ

خبر کا ابتدائی حصہ یا ''ابتدائیہ'' خبر کا بہت ہی اہم حصہ ہوتا ہے۔ کسی بھی خبر کی تحریر کی کامیابی کا بیشتر انحصار اسی ''آغاز'' پر ہوتا ہے۔ اسے انگریزی زبان میں ''انٹرو'' Intro کہتے ہیں جو لفظ ''انٹروڈکشن'' Introduction کا مخفف ہے۔

جو ابتدائی سطور کسی بھی خبر کی آسٹریلیا میں پسند کی جائیں وہ ضروری نہیں کہ ہندوستان میں پسندیدہ نظروں سے دیکھی جائیں۔ ہر ملک اور ہر جغرافیائی حصہ کی ترجیحی چیزیں ہمیشہ علاحدہ ہوتی ہیں۔ بالکل اسی طرح یہ ''ابتدائیہ'' ہر زبان کے لیے ایک بالکل جدا اعتبار اور معیار کا ہوا کرتا ہے۔

عمومی طور پر ''ابتدائیہ'' کے لیے مندرجہ ذیل اصولوں پر عمل ہوتا ہے:۔

1۔ ابتدائیہ خبر کی نوعیت کی مناسبت سے تحریر کیا جائے۔

2۔ ابتدائی سطور کچھ اس انداز سے لکھی جائے کہ پڑھنے والے خبر کو زیادہ سے زیادہ پڑھنے پر مائل ہوں۔ ایسا نہیں کہ وہ آغازی سطور سے ہی خبر سے بیزار ہو جائیں اور آگے پڑھنے سے پرہیز کریں۔

3۔ جہاں تک ممکن ہو ''ابتدائیہ'' کو مختصر سے مختصر رکھا جائے۔ اختصار کے ساتھ ہی اس میں دلکشی لانے کی ہر ممکن سعی کی جائے۔

4۔ ''ابتدائیہ'' ہی میں خبر کا ''ماحصل'' دینے کی پوری پوری کوشش کی جائے۔
(صرف ''معطل دلچسپی'' والی خبروں کو اس شرط سے مستثنا سمجھا جائے)

مدیر اپنی باطنی دانش اور ذکاوت کا پورا پورا استعمال کرتے ہوئے اپنی تمام تر

توجہ ''ابتدائیہ'' کو ''آگاہی''، ''توضیحی''، ''تصریحی'' اور ''مرغوب'' بنانے کی کوشش کرے۔مدیر یا نائب مدیر ہمیشہ اس بات کو یاد رکھے کہ دلکش اور مفہومی ابتدائیہ لکھنے میں کمال حاصل کرنا صحافتی استعداد کی معراج ہے۔ ہر تیز فہم صحافی یہ اچھی طرح ذہن نشین کرے لے کہ عمدہ ''ابتدائیہ نویسی'' کامیاب صحافت کی ضمانت ہے۔

خبر کوئی ایسی شئے نہیں ہوتی جو اخبار کے دفتر میں ''بنائی''، ''گھڑی'' یا ''اگاتی جاتی ہے۔البتہ جو حقیقت ''خبر'' کی صورت میں دفتر میں پہنچتی ہے اسے مناسب صورت وشکل دینے میں اخبار نویس اپنی لیاقت سے کام لے سکتا ہے۔نوک پلک درست کرنا صحیفہ نگار کی ذمہ داری ہے۔خبر کو بہتر سے بہتر طریقہ پر قارئین کی خدمت میں پیش کرنے پر جو محنت کی جائے اس کا زیادہ تر حصہ ''ابتدائیہ'' تحریر کرنے پر صرف کیا جائے۔ ابتدائیہ کو حد درجہ اہمیت دی جائے۔ ابتدائیہ کو اپنی خبرداری، ہوشیاری اور تیز رفتار محنت سے آرائش وزیبائش بخشی جائے۔

ہر اخبار میں ''ابتدائیہ'' صحیح اور کامل نہیں ہوتا۔اس کی سب سے بڑی وجہ یہ ہے کہ رواجی یعنی قدامت پرست اخبار نویس ''ابتدائیہ'' نگاری پر خصوصی توجہ نہیں دیتے۔جدید صحافت کے علمبردار ابتدائیہ نویسی کی غیر معمولی اہمیت دیتے ہیں اور اصرار کرتے ہیں کہ ابتدائیہ جہاں تک ممکن ہو''چست''، ''نتیجہ خیز'' اور کمال درجہ ''دلکش'' ہو۔

ابتدائیہ لکھے وقت خبر کے مزاج کا خاص لحاظ رکھنا ضروری ہوتا ہے۔خبر کسی کی رحلت کی ہو یا حادثہ کی یا صدمہ انگیز ہو تو ابتدائی الفاظ میں بھی غم اور افسوس کے الفاظ

درج کرنے ضروری ہوتے ہیں، ہمدردی کا لہجہ اختیار کرنا پڑتا ہے۔اسی طرح اگر کسی خبر میں ''مزاح'' یا ''ہنسی مذاق'' کا پہلو ہوتو ''ابتدائیہ'' بھی فکاہیہ لب ولہجہ میں پیش کرنے کی کوشش کی جاسکتی ہے۔خبریں سنجیدہ ہوں تو سنجیدہ الفاظ ہی **مستعمل** ہوں۔اگر ''بھاری'' یا ''گمبھیر'' خبر کو سرسری طور پر بیان کیا جائے تو اثر اچھا نہیں رہتا۔صحافی غافل اور بے ثبات ہرگز نہ رہے۔ہر اخباری تحریری طریقہ ہو، طرز ہو یعنی ایک روش ہو۔ابتدائیہ لکھتے وقت خبر کی ''خصلت''، ''طبیعت''، ''توسط''، ''اعتدال''، ''جوش'' اور مجموعی ''مزاج'' کا خصوصی خیال رکھنا حد درجہ ضروری ہے۔

انسانی دلچسپی کی خبریں لکھتے وقت ''ابتدائیہ کو رنگین، فکر انگیز، توجہ طلب یا دلچسپ ترین بنانے پر مشقت کی جائے۔جاندار ترین ابتدائی سطور سے ایسی خبروں کو دیدہ زیب بنایا جاسکتا ہے۔ایسے موقعوں پر یہ احتیاط برتنا ضروری ہے کہ توضیحی ابتدائیہ لکھنے کی دھن میں کسی کے احساسات یا جذبات کو مجروح نہیں کیا جارہا ہے۔ اخبار اپنے قریبی معاشرہ کا نباض ہی نہیں بلکہ عکاس بھی ہوتا ہے۔اخبار کی تحریروں میں، ابتدائیہ میں یا سرخیوں میں ایسے الفاظ ہرگز نہ آئیں جن سے معاشرہ کے افراد کی دل شکنی یا اخلاق سوزی ہوتی ہو۔کوئی بھی اخبار ایک ''عوامی ادارہ'' ہوتا ہے، وہ سماج کا ایک موقر اور ذمہ دار ادارہ بن کر مقبولیت حاصل کرنے کی کوشش کرے دل آزاری یا مضحکہ خیزی سے اخبار اپنی سطح سے بھی گر جائے گا اور عوام کی نظروں سے بھی۔نظروں سے گر کر دوبارہ ابھرنا بہت مشکل ہوتا ہے۔

مکرر عرض ہے کہ ابتدائیہ ایسے انداز سے انتہائی دلکش بنایا جائے کہ قاری

مذکورہ خبر کو شروع سے آخر تک پڑھنے پر مجبور ہو جائے۔ سرخی سے وہ کوئی خبر پڑھنے پر آمادہ تو ہو جاتا ہے مگر ابتدائیہ کی یہ ذمہ داری ہے کہ وہ قاری کی دلچسپی برقرار رکھے۔ بہت کم قارئین اخبار کی ہر خبر کی پڑھتے ہیں۔ ان کے انتخاب کی بھی ایک انفرادی کسوٹی ہوتی ہے۔ قاری کم سے کم وقت میں زیادہ سے زیادہ معلومات جان لینے کا خواہاں ہوتا ہے۔ ابتدائیہ میں اتنی جاذبیت ہو کر وہ قاری کو محور رکھے اور دوسری خبر کی جانب چھلانگ لگانے سے حتی المقدور روکے رکھے۔ ایسی دلچسپی برقرار رکھنا ای دشوار کام ہے مگر ایسے ہی کام میں صحافی کی کامرانی کا راز مضمر ہے۔

ابتدائیہ جتنا مختصر ہوتا ہے اتنا ہی وہ جاندار بلکہ شاندار ہوتا ہے۔ اختصار میں جو خوبی، خوبروئی اور خوشنمائی ہے اس کا اظہار بہت ضروری ہے۔ آج کا قاری ایک بہت ہی عدیم الفرصت انسان ہے، وہ بڑی مشکل سے اخبار بینی کے لیے چند لمحات نکالتا ہے۔ اور دل سے چاہتا ہے کہ قلیل ترین وقفہ میں اسے زیادہ سے زیادہ معلومات حاصل ہو جائیں۔ صحافی کا فریضہ ہے کہ وہ قاری کو فریفتہ کرلے۔ قاری پر گرفت مضبوط رکھنے کے لیے خبروں کو ''مختصر'' اور ساتھ ہی ''قابل فہم'' بنانا ضروری ہے۔ دوسرے الفاظ میں ''ابتدائیہ'' میں معلومات اور تفصیلات کو گنجان کرنا اہم ہے۔ خبر کو منتخب اور پرکشش الفاظ کی مدد سے ایسا بھینچا جائے کہ مطلب بھی واضح ہوا اور سکڑاؤ بھی قائم رہے۔ خبر ذہین اور فہیم بھی ہو اور ساتھ ہی ''خلاصہ صفت'' بھی۔

ابتدائیہ مضبوط بھی ہو اور مختصر بھی۔ منظم بھی ہو اور گنجائش دار بھی۔ واضح بھی ہو اور مقدار الفاظ میں کم سے کم۔ خبر کا جو سب سے اہم نکتہ ہے وہ ''ابتدائیہ'' میں ضرور

سمائے۔ نمایاں، پر مطلب، یا معنی یا عظیم ''نکتہ'' خبر کے ابتدائیہ ہی میں ظاہر ہو جائے۔ اگر قاری ایک دو جملے پڑھ کر رک بھی جائے تو خبر کی اہمیت یا اصلیت اس پر واضح ہو جائے گویا ''ابتدائیہ'' ایسا واضح ''اشارہ'' ہے جسے سے بات آسانی سے سمجھ میں آجاتی ہو۔ مدیر یا نائب مدیر کا ابتدائیہ مختصر بناتے بناتے کچھ وقت ضرو صرف ہوتا ہے مگر جہاں ایک فرد کے کچھ لمحات صرف ہو جاتے ہیں وہاں پڑھنے والوں کے لاکھوں لمحات کی بچت ہو جاتی ہے۔ اس طرح ابتدائیہ نگاری ایک دلچسپ مقابلہ ہے جس میں کامیابی حاصل کرنے کے لیے ہر صحافی کو چاق وچوبند رہنا چاہیے۔

اخبار نویسی کے نکتہ نظر سے بہترین ''ابتدائیہ'' کے دو اہم فائدے ہیں:

(1) ابتدائیہ محنت اور مشقت سے لکھا گیا ہے تو خبر کے اختتامیہ حصہ کو حذف کرنے میں زیادہ سہولت رہتی ہے۔

(2) اگر ابتدائیہ نویس نے ''ابتدائیہ'' کافی توجہ اور کامیابی سے تحریر کیا ہے تو سرخی تجویز کرنے والے کا کام بھی بہت زیادہ آسان اور کامل ہو جاتا ہے۔ سرخی نویس کو پوری خبر بار بار پڑھنے کی چنداں ضرورت نہیں رہتی۔ عمدہ ابتدائیہ نگاری اخبار کے دفتر میں نائب مدیر کی ذمہ داری کو سہل اور زور رفتار بناتی ہے۔

کبھی کبھی نائب مدیر کسی خبر میں حیرت یا پر اسراریت قائم رکھنے کے لیے'' تاخیری ابتدائیہ'' بھی لکھتے ہیں جس میں اصل بات تیسری، چوتھی یا پانچویں سطر میں دی جاتی ہے یعنی قاری کا تجسس برقرار رکھنے کی سعی ہوتی ہے۔ تحریر میں باتیں بتدریج دی جاتی ہیں تاکہ پڑھنے والے کی دلچسپی قائم رہے۔ ایسے تاخیری ابتدائیے

میں بھی حد درجہ خلاصہ نویسی سے کام لینا چاہیے، کہیں ایسا نہ ہو کہ مطلب تک آنے سے پہلے ہی قاری کی دلچسپی ختم ہو جائے اور وہ دوسری خبر کی جانب متوجہ ہو جائے۔ یہ طریقہ کار گویا ''الٹا اہرام'' کے منافی ہے۔

ابتدائیہ نویسی ایک ایسا عمل ہے جس میں ہر کارروائی درجہ بدرجہ ہوا کرتی ہے۔ سب سے پہلے اس بات کا تیقن ضروری ہے کہ خبر کی سب سے اہم کیفیت کیا ہے؟ کون سی بات یا کون سا ''نکتہ'' اولین توجہ کا سب سے زیادہ مستحق ہے۔ پھر یہ طے کرنا پڑتا ہے کہ تمام حال کس قدر اختصار یا تفصیل سے ضبط تحریر میں لایا جائے۔ وقت اجازت دے تو ابتدائیہ دو یا تین طریقوں سے لکھ کر ابتدائیہ نویس خود پڑھ کر یہ دیکھنے کی کوشش کرے کہ اسی کا لکھا ہوا کون سا ''ابتدائیہ'' زیادہ مختصر اور زیادہ جاذب نظر ہے۔

ابتدائی سطر کی تحریر کے مختلف طریقے

ظاہر ہے کہ ابتدائیہ نویسی ایک تخلیقی کام ہے۔ اس عمل میں تقلید سے زیادہ اختراع کی اہمیت ہے۔ ہر خبر کی نوعیت علاحدہ ہوتی ہے۔ ہر خبر کا انداز جداگانہ ہوتا ہے۔ اسی طرح تحریر کرنے والے کو بھی ایک طرح کی للکار ہے کہ وہ ہر نئی خبر کو نئے انداز سے بہتر سے بہتر صورت میں پیش کرنے سے زیادہ دلچسپی لے۔

کسی بھی ایک خبر کا ابتدائیہ ذرا سی کوشش سے بیسیوں طریقہ پر تحریر کیا جا سکتا ہے۔ شرط یہی ہے کہ ابتدائیہ نویس ایسی کارروائی پر اپنی گہری توجہ صرف کرنے پر

رضامند ہو۔

''تلخیصی ابتدائیہ'' وہ ہے جس میں ابتدائی سطور میں متعلقہ خبر کا حال ''خلاصہ'' کے طور پر دیا گیا ہے یعنی سرسری طور پر خبر کا ماحصل بیان کر دیا گیا ہے جو واقعی ''مختصر'' ہے۔

''تمثیلی ابتدائیہ'' وہ ہے جس میں ابتدائیہ نویس نے رنگین عبارت استعمال کر کے خبر کی ساخت کو مجازی یا اصطلاحی بنانے کی کوشش کی ہے۔ ظاہر ہے کہ ایسے مشابہ ابتدائیہ لکھنے میں ابتدائیہ نویس کی ادبی صلاحیتوں کا عکس زیادہ نمایاں رہے گا۔ رنگین ابتدائیہ نویسی کے لیے تخیل اور ادبی قابلیت کی ضرورت رہتی ہے۔ ڈرامائی انداز کا خوبصورت اور محتاط استعمال ضروری ہے۔

''نرالا ابتدائیہ'' وہ ہے جس میں کوئی نمایاں خصوصیت ہو، یعنی ابتدائیہ نویس نے نرالے ڈھنگ سے کوئی خاص بات سمجھنے کی کوشش کی ہو۔ ندرت کا عنصر زیادہ ہو تو قاری بھی ایسے انوکھے پن سے محظوظ ہو سکتا ہے۔

''اقتباسی ابتدائیہ'' وہ ہے جس میں کوئی ضروری حوالہ دیا گیا ہے یعنی ابتدائی سطور ہی میں کسی فقرہ یا عبارت کا وہ ٹکڑا ہو جس کا حوالہ دیا گیا ہو یا جس کو نقل کیا گیا ہو۔ دیگر الفاظ میں یہ ابتدائیہ '' واوین '' سے شروع ہوتا ہے ، واوین یعنی Quotation Marks جو منقولہ جملے یا قول کے دونوں طرف لگا دیتے ہیں۔ ایسے حوالہ جاتی ابتدائیے بہت ہی اہم اور اسناد پذیر یا لائق اقتباس موقعوں پر استعمال کیے جاتے ہیں۔ ایسے ابتدائیہ کی اہمیت اس وقت بڑھ جاتی ہے جس کسی

کتاب ، مصنف ، قائد ، وزیر ، یا مقرر کے فقروں یا عبارتوں کو دہرانا معنی خیز ہوتا ہے۔اہم ترین سیاسی بیانات کی شرح کے لیے ایسے ''ابتدائیے'' بہت ضروری سمجھے جاتے ہیں۔

''استفہامیہ ابتدائیہ'' یا ''سوالیہ ابتدائیہ'' وہ ہے جس میں ابتدائی سطر ہی میں کوئی کلمہ یا جملہ سوالیہ ہوتا ہے۔بعض اوقات ایسے ابتدائیہ کا منشا کسی امر کی صداقت ، صحت ، جواز وغیرہ کے متعلق شک ظاہر کرنا ہوتا ہے۔سوال کے ساتھ علامت استفہامی یعنی (?) یا (؟) ضرور استعمال کی جاتی ہے۔کوئی امر ،موضوع یا مسئلہ بحث ہوتو استفہامی ابتدائیہ کی اہمیت بڑھ جاتی ہے۔ایسے ابتدائیہ میں لکھنے والا گویا پڑھنے والے کو بھی اپنے اعتماد میں لینے کی کوشش کر رہا ہوتا ہے۔اس ابتدائیہ کا منشا بلحاظ ترتیب الفاظ کسی سے جواب طلب کرنا ہوتا ہے۔ایسا ابتدائیہ خاص خاص موقعوں پر موقعوں پر استعمال کیا جاتا ہے۔ایسے ابتدائیہ کو اسی وقت ترجیح دی جاتی ہے جب دوسری قسم کے ابتدائیہ سے بات نبتی نظر نہیں آتی یا ابتدائیہ نویس کے خیال میں ''سوال'' کے استعمال سے ہی ابتدائیہ زیادہ دلچسپ اور جاندار ہوسکتا ہے۔

''مکالماتی ابتدائیہ'' وہ ہے جس میں ابتدائیہ بہ شکل مکالمہ ہو۔یعنی کسی گفتگو کا اہم یا دلچسپ حصہ ابتدائی سطور پر مستعمل ہو۔عام طرح کے ابتدائیہ سے آ جانے والی بوریت کو دور کرنے کے لیے کبھی کبھار تبدیلی کی خاطر ''مکالماتی'' ابتدائیہ لکھا جائے تو بہتر ہے۔بعض خبروں کی تفہیم کے لیے مکالماتی ابتدائیہ مدومعاون ثابت ہوسکتا ہے۔اس طرز کے ابتدائیہ کے لیے زیادہ سے زیادہ پیراگرافوں کی ضرورت

ہے۔بغیر ضروری پیراگرافوں کے ایسے ابتدائیہ کی قوت کم ہو جاتی ہے۔

''بیانی ابتدائیہ'' یا ''بیانیہ'' ابتدائیہ وہ ہے جس میں مناظر فطرت یا مناظر واقعات بیان کرنے کی کوشش ہوئی ہے۔ کسی بہت بڑے اجلاس یا عظیم الشان جلوس کا تعارف کرانے کے لیے ایسا بیانی ابتدائیہ مفید ثابت ہو سکتا ہے۔ جب کسی سانحہ، حادثہ یا واردات کا بیان مطلوب ہو تو اس واقعہ کی ''کیفیت'' کا اظہار ''بیانی ابتدائیہ'' میں کامیابی سے کیا جا سکتا ہے۔

''کارتوس ابتدائیہ'' وہ ہے جس میں خبر کی پہلی سطر تین یا چار یا زیادہ سے زیادہ پانچ الفاظ میں بیان ہوتی ہے مگر وہ چند الفاظ میں ہی کافی مؤثر ہوتے ہیں مثلاً

گاندھی جی قتل ہو گئے

پنڈت نہرو چل بسے

شیخ عبداللہ گرفتار ہو گئے

دھنس کوڑی شہر ڈوب گیا

یہ ابتدائیہ جنہیں انگریزی میں ''بلٹ انٹرو'' Bullet Intro کہتے ہیں ایسے لکھے جاتے ہیں جیسے اخبار کے صفحہ اول کے لیے کوئی اہم شاہ سرخی لکھی جا رہی ہے۔ آج کل ریڈیو، ٹیلی ویژن، ٹیلی پرنٹر، ٹیلیکس وغیرہ کی وجہ سے کی دنیا کی اہم ترین خبریں اور خصوصاً مشاہیر عالم کے انتقال کی خبریں منٹوں میں دنیا بھر میں جنگل کی آگ کی طرح پھیل جاتی ہیں ایسی دھماکہ خیز یا عالمی اہمیت کی بڑی خبروں کے عموماً لوگ اخبار کے منتظر نہیں ہوتے۔ اس حقیقت کے باوجود اخبار کو ایسی خبروں کی منضبط

اشاعت سے فرار ممکن نہیں، بہر حال خبر قدرے تفصیل سے شائع ہوتی ہے۔ اسی بڑی خبروں کو زیادہ قابل مطالعہ بنانے کے لیے نت نئے انداز اپنانے پڑتے ہیں۔

''غیر مسلسل ابتدائیہ'' وہ ہے جس میں کوئی بات غیر ضروری وقفوں کے ساتھ بیان کرنے کی سعی کی گئی ہو۔ ایسے ابتدائیہ میں بھی مختصر ترین الفاظ کا استعمال ہوتا ہے۔ مثلاً: ''زوردار بجلی چمکی۔ دھماکہ خیز آواز نے چونکایا۔ دیواریں دھڑا دھڑ گرنے لگیں۔ موت بازارگرم ہوگیا .... ''یعنی کسی غیر معمولی حادثہ یا زلزلہ یا آندھی یا سیلاب کی کیفیت ظاہر کرنے کی کے لیے چند حیرت افزا الفاظ کے استعمال سے خبر کی تحریر کا آغاز ہوتا ہے۔ تسلسل کا کوئی خاص لحاظ نہیں رکھا جاتا ہے۔

مندرجہ بالا ترتیبی مثالوں کے علاوہ بھی دیگر تخلیقی طریقوں سے خبروں کا'' ابتدائیہ'' لکھا جا سکتا ہے۔ ''ابتدائیہ'' کی بھی ایک خاص نفسیات ہے۔ گہرائی سے دیکھا جائے تو ابتدائیہ نویسی ایک نوعیت کی فقرہ بازی ہے، لفظوں کا ہیر پھیر ہے، ایک سخن سازی ہے، یہ ایک ایسا عمل ہے جس میں حیلہ بھی ہے اور حوالہ بھی۔ یہ عجیب وضع کی کارروائی ہے۔ جس میں تحریری چالا کی استعمال ہوتی ہے۔ یہ ایک دماغی ورزش ہے۔ ذہنی طاقت سے ہی اس میں مہارت حاصل کی جاسکتی ہے۔ اگر ابتدائیہ سے غفلت برتی جائے تو خبر شائع ضرور ہوتی ہے مگر قارئین کے ذہن پر کوئی خاص اثر نہیں چھوڑتی ہے۔ نامہ نگار بھی خبر بہم کرتے وقت ابتدائیہ لکھنے کی سعی کرتے ہیں مگر معقول ترین ابتدائیہ تحریر کرنے کی ذمہ داری نائب مدیر پوری سنجیدگی اور وابستگی سے نبھائے تو خبر کی روح برقرار رہتی ہے۔ برطانوی اخبارات میں خاص

طور سے ''ابتدائیہ'' پر غیر معمولی توجہ دی جاتی ہے۔ برطانوی صحافتی تربیت گاہوں میں بھی ابتدائیہ لکھنے کی مشقوں پر بہت زور دیا جاتا ہے۔

خبر کا بہتر سے بہتر ابتدائیہ لکھنے کی کوشش میں کئی مسائل سامنے آتے ہیں۔ سب سے بڑا مسئلہ وقت کا ہے۔ خاص کر شام کے اخبارات میں کام کرنے والوں کو تو وقت کی کمی کا احساس بڑی بری طرح ستاتا ہے۔ قانونی روداد کی خبریں شائع کرتے وقت مزید احتیاط سے کام لینا پڑتا ہے، ہر لفظ پر خصوصی توجہ برتنی پڑتی ہے۔ صبح کے اخبارات کے اپنے مسائل ہوتے ہیں اور شام کے اخبارات کے اپنے مسائل۔ اس کے علاوہ الگ الگ زبانوں کے الگ الگ مسائل ضرور ہوتے ہیں۔ خواہ وہ اخبار صبح کا ہو یا شام کا، انگریزی ہو یا کسی ہندوستانی زبان کا، سب سے اہم کسوٹی یہ ہوتی ہے کہ خبر زیادہ سے زیادہ ''قابل مطالعہ ہو، وہ آسانی اور دلچسپی سے پڑھی جائے۔

ابتدائیہ میں کم سے کم نکات سموئے جائیں۔ اولین سطور ہی میں زیادہ سے زیادہ مواد بھرنے کی کوشش کی جائے تو خبر کی روح کو دھکا پہنچنے کا احتمال رہتا ہے اور دلچسپی کا عنصر بھی وسیع حد تک زائل ہو جاتا ہے۔ ابتدائیہ کو کسی بھی خبر کی ''شہ رگ'' سمجھا جائے۔ خبر کی جھلک ابتدائیہ میں دکھائی جائے اور پھر رفتہ رفتہ خبر یا آنے والے مضمون کی چھوٹے چھوٹے پیراگرافوں میں وضاحت کی جائے۔

صحافی اور کسی دفتر کے کلرک میں بین فرق ہونا چاہیے۔ دفتر کا محرر ہر کام بندھے ٹکے اصولوں پر کرتا ہے۔ بیشتر کام بے دلی سے کرتا ہے، وہاں نہ زبان کی نفاست

پر توجہ دی جاتی ہے نہ سلاست پر ۔ کلرک کے بنائے ہوئے مسودوں میں نہ تخلیقی قوتوں کی توصیف ہوتی ہے اور نہ اس کی جدت طرازی کا اعتراف ہوتا ہے ۔ ابتدائیہ نویسی دراصل انشا پردازی ہے ۔ جہاں تک وقت ساتھ دے ابتدائیہ کو متحرک ،قوی ، موئثر اور کارگر بنانے کی سعوی ہونی چاہیے ۔ موزوں مناسب اور درست ابتدائیہ لکھ کر اخبار کی مقبولیت بڑھائی جا سکتی ہے ۔ ابتدائیہ خبر کی بناوٹ کو زیب دے ۔ وہ قاری کے لیے ''باعث سہولت'' ہو۔

اگر خبر غمناک ہے تو رنجیدہ الفاظ سے خبر کی محزونیت کا اظہار ہو جائے ۔ اگر خبر ناگہاں یا عجیب وغریب ہے تو واقعات یکے بعد دیگر تمثیلی انداز میں پیش کیے جائیں ۔ لیکن یہ احتیاط ضرور برتی جائے کہ غیر ضروری تعریفی کلمات ایسی خبروں میں شامل نہ ہوں ۔ خبر کو توصیفی جملوں سے سجانے کی حرکت ایک غیر اصولی بات ہے ۔ خبر اگر سائنس یا ٹیکنالوجی کی کسی نئی دریافت یا ایجاد سے متعلق ہے تو ابتدائیہ ہی میں ضروری معلومات فراہم کرنا ضروری ہو جاتا ہے ۔

کسی حادثہ میں کسی شخص نے جاں بازی سے کام لے کر کسی کی جان بچائی ہے تو اس کا تذکرہ مناسب الفاظ میں کیا جائے ۔ خبر کا انداز خبر کے واقعات سے میل کھتا رہے ۔ ظاہر ہے کہ ہر خبر ہر اخبار میں انسانوں کو نظر سے گزرتی ہے اور انسانیت کا پہلو اجاگر کیا جائے تو تحریر کی مقبولیت میں اضافہ ہونا یقینی اور فطری امر ہے ۔

سب ایڈیٹنگ کی ضرورت اور اہمیت

اخبار کے دفتر میں اشاعت کے لیے کئی چیزیں آتی ہیں مثلاً خبریں، رائیں، مضامین، خطوط وغیرہ۔ جو بھی چیز دفتر میں آتی ہے وہ براہ راست چھپنے کے لیے نہیں بھیج دی جاتی۔

کسی بھی مواد کا اشاعت کے لیے منتخب ہونا ضروری ہے۔ سب سے پہلے یہ دیکھا جاتا ہے کہ وہ مواد قابل اشاعت ہے بھی کہ نہیں کسی بھی مواد کو جانچنا، پرکھنا، ترتیب دینا ضروری ہے۔ یہ کام ''سب ایڈیٹر'' Sub-Editor کی ذمہ داری ہے۔

ہفت روزہ اخبارات میں چیف رپورٹر ہی کو ''سب ایڈیٹنگ'' کی ذمہ داری سونپ دی جاتی ہے مگر بڑے اخبارات میں خصوصاً روزانہ یا شام میں شائع ہونے والے اخبارات کے دفاتر میں ''سب ایڈیٹر'' کی ضرورت تسلیم شدہ ہے۔

اخبار جتنا بڑا ہوتا ہے۔ وہاں سب ایڈیٹر کی جملہ ذمہ داری بھی وسیع تر ہوتی جاتی ہے۔ سب ایڈیٹر کی ذمہ داری ایک فنی خدمت ہے جس میں اہلیت اور قابلیت کے ساتھ مہارت کی بھی بہت ضرورت ہوا کرتی ہے۔

عام طور سے انگریزی اخبارات میں سب ایڈیٹر کو ''سب'' Sub کے نام سے پکارا جاتا ہے اور سب ایڈیٹنگ کی ادارتی ذمہ داریوں کو ''سبنگ'' Subbing کا نام بخشا گیا ہے۔ اگر ایک ہی دفتر میں کئی سب ایڈیٹر مامور ہوں تو ان کے سربراہ کو چیف سب ایڈیٹر Chief Sub-editor کا عہدہ دیا جاتا ہے۔ جس کمرہ یا ہال میں اخبار کے مختلف سب ایڈیٹر کام کرتے ہیں وہاں عموماً ایک ایسی بڑی میز کا اہتمام

ہوتا ہے جس کی شکل انگریزی حرف U کی ہوتی ہے اسے ''یوشیف ٹیبل۔'' U-Shaped table کہا جاتا ہے۔

سب ایڈیٹروں کے تیز رفتار کام میں مدد کے لیے لڑکوں کو مقرر کیا جاتا ہے۔ جو ایک میز سے دوسری میز تک کاغذات پہنچاتے رہتے ہیں یا سب ایڈیٹنگ کے شعبہ سے ''ادارت شدہ'' مواد کے مسودے قریب کے طباعتی شعبہ تک مسلسل پہنچاتے رہتے ہیں۔ اخبار میں کام انفرادی طور پر تو ہوتا ہے مگر یہ ایک اجتماعی کوشش ہوتی ہے۔ عملہ ادارات کے اراکین میں اشتراک عمل کا جذبہ ہمیشہ جواں رہنا چاہیے۔ ایک دوسرے تعاون کے ذریعہ ہی کام تیز رفتاری اور باقاعدگی سے ہوسکتا ہے۔

جیسے ہی کوئی خبر ٹیلی پرنٹر کے ذریعہ یا ٹیلی فون پر ٹیلیکس کی وساطت سے اخبار کے دفتر میں آتی ہے وہ سب سے پہلے سب ایڈیٹر کی توجہ کی مستحق ہوتی ہے۔ سب ایڈیٹر کی فوری طور پر یہ فیصلہ کرنا ہوتا ہے۔ کہ خبر ''منتخب'' کی جائے یا ''مسترد'' کی جائے۔ جو خبر ''انتخاب'' کی کسوٹی پر پوری اترتی ہے وہ ادارتی کارروائی کے لیے میز پر رکھ لی جاتی ہے اور جو خبر ناپسند ہوتی ہے یا غیر یا ناقابل اشاعت سمجھی جاتی ہے وہ ردی کی ٹوکری نذر ہو جاتی ہے۔ جو مواد اشاعت کے لیے چن لیا جاتا ہے اسے ''قابل اشاعت'' بنانے کی پوری ذمہ داری ''سب ایڈیٹر'' کی ہوتی ہے۔ نوک پلک سدھارنا سب ایڈیٹر کا کام ہے۔ ابتدائیہ لکھنا، سرخی تجویز کرنا، پیراگرافوں کی تقسیم، اہمیت کا فیصلہ سب ایڈیٹر کا دھندا ہے۔ ہجے درست کرنا، ناموں کی صحت پر توجہ دینا،

زبان اور قواعد کی رو سے عبارت کی تصحیح کرنا وغیرہ سب ایڈیٹر کا فرض ہے۔

سب ایڈیٹر ہی یہ فیصلہ کرتا ہے کہ خبر واحد کالم میں شائع کی جائے یا اس کے لیے دو کالمی، سہ کالمی، چہار کالمی یا پنج کالمی جگہ ضروری ہے۔ بالکل اسی طرح سب ایڈیٹر ہی یہ طے کرتا ہے کہ خبر صفحہ اول پر دی جائے یا اندرونی صفحات پر، خبر آزادانہ طور پر شائع کی جائے یا مختصر خبروں کے مجموعے میں شامل کر دی جائے۔ کوئی اہم یا انسانی دلچسپی کی خبر کو ''چوکھٹے'' Box میں یا دیگر خصوصی اہتمام کے ساتھ یعنی بارڈر وغیرہ تزئین کے ساتھ شائع کرنا ضروری ہے تو اس کا فیصلہ بھی سب ایڈیٹر ہی کے ہاتھ ہوتا ہے۔

اگر اہم ترین خبر کو صفحہ اول پر ''آٹھوں کالم'' پر پھیلا کر ''بیانر'' Banner سرخی کے ساتھ شائع کرنا ہے تو یہ سب ایڈیٹر ہی کے منشا اور قطعی فیصلہ پر منحصر ہے۔ سب ایڈیٹر ہی یہ اشارہ دیتا ہے کہ سرخی کو معمولی حیثیت دی جائے یا غیر معمولی۔ اگر کوئی خاص بات یا ذیلی سرخی یا کوئی نام یا عہدہ ''جلی'' خط میں شائع ہونا چاہیے تو اس کی وضاحت بھی سب ایڈیٹر ہی کرتا ہے۔

اگر کوئی خبر طویل ہے یا مقالہ کافی لمبا ہے تو ادارت کے دوران مناسب ''ذیلی سرخیوں'' یعنی ''سب ہیڈس'' Sub-Heads کا تعین بھی سب ایڈیٹر ہی کی ذمہ داری ہے۔

عام طور پر سب ایڈیٹر اپنے کام میں نیلی روشنائی یا نیلا قلم استعمال کرتے ہیں اور اسی مناسبت سے سب ایڈیٹنگ کی کارروائی کو ''بلو پنسلنگ'' Blue

Pencilling بھی کہا جاتا ہے۔

کسی خبر کو چڑھانا یا دبانا سب ایڈیٹر کی مرضی پر منحصر ہوتا ہے۔ سب ایڈیٹر چاہے تو کسی بھی خبر کو غیر معمولی طور پر نمایاں شائع کرے یا وہ چاہے تو کسی خبر کو سرد مہری سے عام خبر کی طرح شائع کر دے۔

جیسے ہی کوئی مواد ''برائے اشاعت'' اخبار کے دفتر میں نمودار ہوتا ہے تو چیف سب ایڈیٹر یا ''نیوز ایڈیٹر'' اس مواد کو ''چکھ'' کر دیکھتا ہے۔ اسی موزونیت سے اس کارروائی کو '' کاپی ٹیسٹنگ'' Copy-Taster کہا جاتا ہے اور مواد کا '' ذائقہ'' جانچنے والے برطانوی اور امریکی اخبارات میں '' کاپی ٹیسٹر''Copy-Taster کے عہدہ سے بھی جانے پہچانے جاتے ہیں۔

کسی بھی بڑے دفتر میں جہاں کئی سب ایڈیٹر ''بیک وقت'' سب ایڈیٹنگ کے عمل میں مصروف رہتے ہیں تو چیف ایڈیٹر ''صدر مجلس ادارت'' کی حیثیت سے مواد اپنی مرضی سے دیگر سب ایڈیٹروں میں تقسیم کرتا رہتا ہے۔ ایسا کرتے وقت وہ اس بات کو ملحوظ خاطر رکھتا ہے کہ کس سب ایڈیٹر کو کس خاص موضوع یا دائرہ عمل یا شعبہ حیات یا خاص علاقہ میں زیادہ مہارت ہے۔

ادارتی کارروائی مکمل ہونے کے بعد سب ایڈیٹر عموماً اپنی ''ادارت شدہ'' کاپی دوبارہ چیف سب ایڈیٹر یا ''نیوز ایڈیٹر'' کی خدمت میں ''برائے منظوری'' پیش کر دیتے ہیں۔ یعنی اس مرحلہ پر چیف سب ایڈیٹر ''اداوت شدہ ،مسودہ پر نظر ثانی'' کر کے اپنی آخری ''رضامندی'یا ''منظوری'' ظاہر کرتا ہے۔ اگر نظر ثانی

کے دوران کسی خاص تصحیح یا ترمیم کی ضرورت ہو تو وہ خود کر دیتا ہے یا بصورت دیگر متعلقہ سب ایڈیٹر ہی سے گزارش کرتا ہے کہ وہ فلاں نکتہ کو زیادہ صحیح یا صالح یا مختصر یا واضح کریں۔ اگر سرخی پسند ہے تو فوری منظوری دے دی جاتی ہے ورنہ باہمی تبادلہ خیال سے سرخی میں تبدیلی کر لی جاتی ہے۔ بہر حال یہ عمل ایک مسلسل کارکردگی ہے جس میں ایک دوسرے پر اعتماد کر کے ادارات کا کام ہر ممکنہ تیزی اور کاملیت سے انجام دیا جاتا رہتا ہے۔

اگر کسی خبر کو پھر سے تحریر کرنے یا زیادہ تصریح کے ساتھ پیش کرنے کی ضرورت محسوس ہو تو چیف سب ایڈیٹر مشورہ دیتا ہے کہ متعلقہ سب ایڈیٹر اس خبر کو ''از سر نو'' دیگر الفاظ یا دیگر انداز تحریر میں لکھ کر اسے مزید قوی اور مؤثر بنائے۔ اختصار کی ضرورت ہو تو اشارہ دیا جاتا ہے کہ ممکنہ حد تک تلخیص کر دی جائے اور اگر توسیع کی ضرورت محسوس ہو تو بھی اشارہ دے دیا جاتا ہے کہ ''دوبارہ تحریر'' کرتے وقت مضمون کو مزید وضاحت کے ساتھ قدرے طویل کر دیا جائے۔ تجربہ کار سب ایڈیٹر کسی بھی مضمون کو کم از کم الفاظ میں ڈھالنے میں مہارت رکھتے ہیں۔ غیر ضروری الفاظ کو کاٹنا ان کے لیے بہت آسان کام ہے مثلاً کسی مضمون نگار نے لکھا ہو کہ ''شری راجیو گاندھی، وزیر اعظم ہندوستان'' تو بڑی آسانی سے وہ ''وزیر اعظم راجیو گاندھی'' پر اکتفا کر لیں گے۔ اگر کسی نے ''مثال کے طور پر'' لکھا ہے تو وہ ''مثلاً'' لکھ کر کام چلا لیں گے۔ ''معتبر ذریعہ سے معلوم ہوا ہے'' کی جگہ ''معتبر اطلاع ہے'' لکھ دیں گے۔ غیر ضروری الفاظ کو نکال پھینکنا سب ایڈیٹر کا ''محبوب'' نہیں بلکہ ''ناقابل گریز

''فرض ہے۔ عبارت میں ڈھیل ہے تو اسے مضبوط بنانا فقروں میں تناؤ ہے تو انہیں دور کرنا، جملوں کی ساخت میں اہم آہنگی نہیں ہے تو انہیں موزوں کرنا وغیرہ سب ایڈیٹر کے عمومی فرائض میں کامیاب سب ایڈیٹر ذرا سی توجہ میں تیرہ یا چودہ الفاظ میں کو وہی مطلب ادا کر دیتا ہے جو مضمون نگار 36 الفاظ میں بیان کرنا چاہتا ہے، دنیا کی تقریباً ہر زبان میں ایسی تلخیص ممکن ہے۔

قصبہ جات کے نامہ نگار، مقالہ نویس، تحقیقی مضمون نگار وغیرہ عموماً طویل نامہ جات یا مضامین لکھ بھیجتے ہیں۔ غیر ضروری تفصیلات کو کاڑھنا ''سب ایڈیٹر'' کی اہم ذمہ داری ہے۔ املا درست کرنا ایک ایسی ذمہ داری ہے جس سے کسی بھی سب ایڈیٹر کو فرار ممکن نہیں۔ حکومتی اداروں سے مہیا شدہ مواد میں سفارت خانوں سے بھیجے گئے خبر ناموں میں یا کسی بھی تشہیر پسند ادارہ یا سیاسی پارٹی سے موصول ہونے والے مواد میں الفاظ کا ایک بڑا جنگل ہوتا ہے جس میں گل کم اور خار زیادہ ہوتے ہیں۔ چالاک سب ایڈیٹر ایسی خاردار جھاڑیوں میں سے وہ رنگین اور مہک دار پھول چھانٹ لیتا ہے جس سے اخبار کے صفحات بامعنی اور دلچسپ بنائے جا سکتے ہیں۔ مقررین کی تقاریر میں بھی کئی ایسی تفصیلات ہوتی ہیں جن سے عام قاری کو کوئی خاص دلچسپی نہیں ہوتی ہے۔ سب ایڈیٹر اپنے قارئین کے ذوق کا صحیح اندازہ لگا کر اسی قسم کا مواد مرتب کرتے ہیں جس سے پڑھنے والوں کو زیادہ دلچسپی ہو سکتی ہے۔

ایک طرح سے ''سب ایڈیٹر'' کا کام ملے ہوئے اناج میں سے بھوسا اور اناج الگ الگ کرنا ہے۔ بھوسا نکما سمجھ کر ردی کی ٹوکری میں پھینک دیا جاتا ہے۔ اور اناج

’’جائز استعمال‘‘ کے لیے چھانٹ لیا جاتا ہے۔ ایک خصوصی مستعدی کے ساتھ صحیح خطوط پر اپنے فرائض کی انجام دہی کے لیے کسی بھی نائب مدیر کا ’’تیز فہم‘‘، ’’تیز نظر‘‘ اور بعض اوقات ’’سنگدل‘‘ ہونا بھی ضروری ہے۔ نائب مدیر کا کام کافی عجلت میں ہوتا ہے۔ خبروں کے انتخاب اور ’’رد‘‘ کرنے کے عمل میں مصروف نائب مدیر کے دماغ میں اپنے ہمعصر اخبارات کے نائب مدیر بھی ہوتے ہیں۔ وہ یہ احتیاط بھی خصوصی طور پر برتتا ہے کہ کہیں کوئی خبر اگلے دن کے اخبار میں شائع ہونے سے نہ رہ جائے اور وہ معاصرین کے مقابلہ میں کچھ پیچھے رہ جائے۔

کسی بھی مسودہ میں ’’علامات عبارت‘‘ یعنی اعراب یا پنکچویشن‘‘ Punctuation کی درستگی نائب مدیر کی اہم ترین ذمہ داریوں کا ایک ضروری حصہ ہے۔ اہم شخصیات کے صحیح ناموں، عہدوں اور ایسے ہی دیگر ضمنی امور کی تصدیق کی ذمہ داری بھی سب ایڈیٹر ہی کے سر ہوتی ہے۔

اگر اتفاق سے کسی حقیقت یا نام یا اعداد و شمار کی شاعت میں فاش غلطی سرزد ہو جائے تو بیدار قارئین مدیر کے نام خطوط لکھ کر غلط بیانی پر تشویش یا برہمی کا اظہار کرتے ہیں۔ لہذا سب ایڈیٹر زیادہ سے زیادہ احتیاط برتتے ہیں کہ کہیں ان کی غفلت اور کاہلی کی وجہ جو غلطیاں سرزد ہو جائیں ان کا چرچا نہ ہو اور اخبار کے مالکان بھی متعلقہ نائب مدیر سے نالاں نہ ہوں کہ فلاں نائب مدیر ’’غیر محتاط‘‘ یا ’’غیر ذمہ دار‘‘ یا ’’غیر معتبر‘‘ ہے۔

بدقسمتی سے کسی غلط کی شکایت پر تبادلہ خیال ہو تو ’’سب ایڈیٹر‘‘ کسی بھی غلط

بیانی افترا پردازی یا غیر ذمہ دارانہ تحریر کی ''ذمہ داری'' اصلی مضمون نگار پر یا نامہ نگار پر یا خبر رساں ایجنسی پر نہیں تھوپ سکتا۔ اخبارات کے دفاتر میں یہ قاعدہ ہے کہ ''تصحیح''، ''تصدیق'' اور ''توثیق'' سب ایڈیٹر کی مکمل ذمہ داری سمجھی جاتی ہے۔ یعنی سب ایڈیٹر معلومات کا خزانہ، زبان کے قواعد کا ماہر، املا کا مستند اتالیق، اعراب شناسی میں کامل، معلومات حاضرہ کا منبع اور کبھی کوئی غلطی نہ کرنے والا قلمکار سمجھا جاتا ہے۔

کسی زبان میں اس نے خبروں کا ترجمہ کیا ہے تو یہ باور کر لیا جاتا ہے کہ سب ایڈیٹر کبھی بھی کوئی غلط ترجمہ کر ہی نہیں سکتا یعنی سب ایڈیٹر ایک ایسا دانش مند سمجھا جاتا ہے جس سے کوئی بھی لغزش سرزد ہو ہی نہیں سکتی۔ اتنا بھاری اعتماد جب نائب مدیر پر کیا جاتا ہے تو ظاہر ہے کہ متعلقہ نائب مدیر کا بھی یہ مقدس فرض ہو جاتا ہے کہ وہ پوری مستعدی، تردد، توجہ، احتیاط اور جواب دہی سے اپنے فرائض سنبھالے۔ وہ اپنے ہر ادارتی عمل میں خبردار اور رہوشیار رہے۔

ٹیلی پرنٹر پر خبریں بھیجتے وقت خبر رساں ایجنسیاں کبھی کبھی مختصر صورت میں خبریں ارسال کرتی ہیں۔ ایسے اختصارات کی توسیع کے لیے نائب مدیر کا طاق ہونا ضروری ہے۔ تار برقی کے پیغامات میں بھی صحافتی اختصار برتا جاتا ہے۔ ایسی مختصر صورتوں اور مخففوں کو فوری طور پر توسیعی صورتوں میں بدل لینے کی اہلیت نائب مدیر ہونی ضروری ہے۔ آج ٹیلیکس Telex کا رواج عام ہوتا جا رہا ہے۔ ٹیلیکس پیغامات میں بھی خصوصی اختصارات مستعمل ہیں جن سے سب ایڈیٹر کا کما حقہ، متعارف رہنا بے حد ضروری ہے۔

سب ایڈیٹر کو عموماً ڈرانے والی قانونی مجبوری ہے۔ ہتک عزت کے قوانین کسی بھی نائب مدیر کے لیے ''ہوا'' ہیں۔ کسی بھی خبر میں ایسے عنصر پائے جاسکتے ہیں۔ جس سے کسی فرد یا دارہ یا قوم کی رسوائی ہوتی ہو۔ اگر کوئی فرد اخبار کے خلاف قانونی چارہ جوئی کردے تو سب ایڈیٹر کی گویا شامت آجاتی ہے۔ لہذا یہ بہت ضروری ہے کہ سب ایڈیٹر اخبارات سے متعلق تمام قوانین وضوابط سے عموماً اور ہتک عزت یعنی ڈی فی میشن Defamation کے ملکی قوانین سے خصوصاً بخوبی واقف ہو۔ توہین عدالت اور تحقیر پارلیمان کے قوانین سے بھی وہ اچھی طرح متعارف رہے۔ جرائم اور عدالتی کارروائیوں سے متعلق جملہ خبروں کی ادارات غیر معمولی احتیاط سے کی جائے تو خطرہ کم رہتا ہے۔

دنیا بھر کے حالات حاضرہ سے سب ایڈیٹر کی دلچسپی ہمیشہ برقرار رہنی چاہیے۔ اس کی یادداشت قوی ہو تو فرائض کی سبکدوشی میں زیادہ مدد ملتی ہے۔ پرانی یا غیر دلچسپ خبروں کو رد کرنے میں وہ سختی سے کام لے۔ وہ اہم ترین ہمعصر اخبارات کا غور سے مطالعہ کرے۔

سب ایڈیٹر کی معمولی سی غفلت سے یہ ممکن ہے کہ وئی خبر دو بار ایک ہی پرچہ میں شائع ہو جائے یا ایک ہی خبر مسلسل دو روز شائع ہو کر قارئین کی بیزارگی یا طعن کا ذریعہ بنے۔ توجہ اور سختی سے اپنے فرائض پر نگاہ رکھی جائے تو ایسی غلطیوں سے بچا جا سکتا ہے۔ ایسی غلطیوں کی ذمہ داری طابع کے سر پر نہیں ڈالی جا سکتی کیونکہ ایسی تمام ادارتی ذمہ داریاں کامل طور پر نائب مدیر کی ہوتی ہیں۔

بعض شہرت پسند افراد تاک میں رہتے ہیں کہ کسی نہ کسی طرح خبروں کے صفحات پر ایسی خبریں شائع ہو جائیں جن سے ان کی ذاتی تشہیر ہو یا ان کی سیاسی جماعت یا تجارتی کوٹھی یا کسی خاص تحریک کو فائدہ ہو۔ ایسے زیرک تشہیر باز نائب مدیروں کو ''چکما'' دینے کی جدوجہد کرتے ہیں۔ وہ وہ ایسے ہتھکنڈے استعمال کرنے میں یکتا ہوتے ہیں جن سے انہیں ''ادارتی شہرت'' Editorial Publicity نصیب ہو جائے۔ حالاک نائب مدیر کا فرض ہے کہ ایسے شکاریوں کے جال میں یہ پھنسے۔ جہاں تک ممکن ہو ایسے مواد کی اشاعت سے پرہیز کیا جائے۔ جس میں تشہیری مقاصد پنہاں ہیں۔ اگر کوئی اخبار ''خبروں'' کے ذریعہ کسی شے، فرد، ہمراہ، ادارہ، جماعت، نظریہ یا خیال کے اعلانات کو ترجیح دیتا رہے تو اخبار کا وقار گھٹ جاتا ہے۔

نائب مدیروں کی بدقسمتی ہے کہ نہ تو ان کے نام اخبار صفحات پر شائع ہوتے ہیں اور نہ ہی انہیں قارئین سے ذاتی طور پر ملاقات یا تبادلہ خیال کا کوئی موقعہ ملتا ہے۔ یہ گمنام ستاروں کی سی زندگی بسر کرتے ہیں۔ حالانکہ کسی بھی اخبار کی ترتیب اور اشاعت میں نائب مدیروں کی محنت کا بڑا دخل رہتا ہے مگر علانیہ طور پر نہ تو ان کی عزت افزائی ہوتی ہے اور نہ ان کی کارکردی پر انعامات یا اعزازت کی بارش ہوتی ہے۔ کبھی کبھی اچھی اور اہم خبروں کی خصوصی رپورٹوں کے ساتھ نامہ نگاروں کے نام بھی دیے جاتے ہیں مگر کبھی یہ شائع نہیں کیا جاتا کہ فلاں مواد کی ادارات فلاں سب ایڈیٹر کی محنت شاقہ کا نتیجہ ہے۔ نائب مدیر وہ سورما ہیں جن کی صلاحیت کے گن

گائے نہیں جاتے اور جن کی رحلت پر آنسو بہائے نہیں جاتے۔ اس نظر انداز رویہ کے باوجود دیانت دار اور قانع نائب مدیر پوری شجاعت اور سنجیدگی سے اپنی ادارتی ذمہ داریاں نبھاتے ہیں اور عملی صحافت کا پرچم بلند رکھتے ہیں۔ گویا نائب مدیر دنیائے صحافت کے پوشیدہ ''مؤید''، ''مددگار'' اور ''محرک'' ہیں۔ نائب مدیر کا کام ایک طرح سے باورچی جیسا ہے۔ باورچی ہر شے اتنی ہی مقدار میں استعمال کرتا ہے۔ جتنی کہ وہ طے کرتا ہے۔ وہ اس بات کا خیال رکھتا ہے کہ پکوان جب کھانے والے کے روبرو جائے تو وہ پسندیدہ ہو اور مزے لے کر کھایا جائے۔ بالکل اسی طرح نائب مدیر بھی معلومات کو اس طرح سجاتا یا سنوارتا ہے کہ اپنی آخری صورت میں وہ قارئین کو پسند آئیں۔ سب ایڈیٹنگ اچھی ہو تو سب ایڈیٹر کو نہ شاباشی ملتی ہے اور نہ پھولوں کے ہار، البتہ معمولی سی غلطی ہو جائے تو ایسی ڈانٹ ڈپٹ ملی ہے کہ بیچارہ کھسیانا ہو جاتا ہے۔

ہندوستان میں جب اخبار نویسی کی ابتدا ہوئی تھی تو جملہ کارروائی عموماً ایک ہی فرد کی مکمل ذمہ داری تھی۔ مغلیہ دور حکومت میں وقائع نویس، سوانح نویس اور خفیہ نویس نامہ نگار ہوتے تھے۔ یہ جو بھی لکھتے تھے وہ مسودات براہ راست افسران اعلیٰ یا بادشاہ وقت کی خدمت عالیہ میں پیش کر دیتے تھے۔ یعنی لکھنے والے اور پڑھنے والے کے درمیان کوئی اور فرد مداخلت نہیں کرتا تھا۔ سب ایڈیٹنگ ایک ایسی کارکردگی ہے جس میں محرر اور قاری کے درمیان ''نائب مدیر'' کی تصحیح یا تخلیص یا سرخی نگاری یا تنسیخ یا ترمیم یا تزئین اپنا جلوہ دکھاتی ہے۔ ملک کا اولین اخبار 29 جنوری

1780ء کو کلکتہ میں ڈ ہکیز بنگال گزٹ'' کے نام سے شائع ہوا۔جیمس آ گسٹس ہکی اس کا مدیر نہیں بلکہ نامہ نگار، نائب مدیر، طابع، ناشر، مالک یعنی سب کچھ تھا۔ظاہر ہے۔کہ وہ جو بھی تحریر کرتا ہے وہ مواد شر مندہ اشاعت ہو جاتا تھا۔بالکل اسی طرح ہندوستان کے بیشتر ابتدائی اخبارات اور رسائل ''ایک ہی فرد'' کا کارنامہ تھے۔اسی وجہ ''سب ایڈیٹنگ'' کی کارروائی اوائل میں زیادہ رواج نہ پا سکی۔رفتہ رفتہ مالکان اخبار کو سب ایڈیٹنگ کی ضرورت اور اہمیت کا احساس ہوا اور آج یہ حال ہے کہ'' سب ایڈیٹر'' کی میز کترا کر کوئی بھی مسودہ طابع تک نہیں پہنچ سکتا۔

موجودہ زمانہ کسی بھی سرگرمی میں ''خصوصی مہارت''یعنی''اسپیشلا ئزے شن'' Specialisation کا ہے۔ہر کارکن کے ذمہ ایک خاص جواب دہی سونپی جاتی ہے اور یہ امید رکھی جاتی ہے کہ وہ اپنی کارکردگی پوری توجہ،لگن اور مہارت سے کرے گا۔امتحان، جانچ،تلاش،تجسس، تحقیق،تفتیش،جستجو، پوچھ تانچھ وغیرہ آج کل کے سب ایڈیٹر کی لازمی ذمہ داریاں ہیں۔

کسی بھی اخبار کو انفرادیت ، کردار شخصیت نائب کی مدیر کی محنت اور توجہ ہی سے حاصل ہوسکتی ہے۔نائب مدیر ایک صناع ہے، ایک سنگتراش ہے، ایک تخلیقی مصور ہے خام یا نا تمام مسودے کو شکل ،صورت، ساخت، قطع وضع یا خوش اندامی '' سب ایڈیٹر'' کی دلچسپی سے عطا ہوتی ہے۔سب ایڈیٹر ایک ایسا نگہبان یا محافظ یا چوکیدار ہے جو اپنی بیداری اور تیز نظری سے کسی بھی مسودہ میں غلطیوں کو گھسنے نہیں دیتا۔وہ درستی ، خوبی اور راستی کا حامل ہے۔اس کا نعرہ ہے ''صحیح پن'' یعنی

وہ ''بے خطائی'' کا ضامن ہے۔اپنی احتیاط سے وہ ہر تحریر کو ''ٹھیک Accuracy ٹھاک'' شائع کرانے کا شیدائی ہے۔ بذات خود نائب مدیر کچھ نہیں لکھتا یا لکھتا بھی ہے تو بہت کم لکھتا ہے مگر دوسروں کی تحریروں پر رائے زنی اور قلمزدگی اس کا استحقاق ہے۔اپنے اخبار کے معیار کی کسوٹی پر پرکھتے ہوئے یہ کسی بھی بڑے قلمکار کی تحریر میں مداخلت کرسکتا ہے۔ یہ ہر کسی کی تحریر پر اپنی قینچی بھی چلا سکتا ہے۔اور قلم بھی۔ نائب مدیر کا منصب ہی کچھ ایسا ہے کہ اسے کسی بھی تحریر میں دخل اندازی کا پورا پورا اختیار حاصل رہتا ہے۔کوئی بڑے سے بڑا منصف یا مقالہ نگار یا اخبار نویس یہ شرط عائد نہیں کرسکتا کہ اس کی بھیجی ہوئی تحریر ''من وعن'' یعنی جوں کی توں ''بغیر'' کسی اصلاح کے شائع کی جائے۔

اخباری تصاویر کا انتخاب عمومی طور پر سب ایڈیٹر کی ذمہ داری ہے۔وہی یہ فیصلہ کرتا ہے کہ موصول شدہ تصویر شائع کی جائے یا نہیں۔اگر شائع کرنا ضروری ہے یا بہتر ہے تو وہی تصویر کے لیے سرخی تجویز کرتا ہے اور تصویر کے نیچے شائع ہونے والا وضاحتی مواد لکھتا ہے۔ بڑے اخبارات میں اخباری تصاویر کی ترتیب کے لیے علاحدہ مدیر مقرر ہوتے ہیں جنہیں پکچر ایڈیٹر، فوٹو ایڈیٹر یا آرٹ ایڈیٹر کہتے ہیں۔مگر درمیانی اور چھوٹے اخبارات میں یہ ذمہ داری سب ایڈیٹر ہی سنبھالتا ہے۔

بڑے روزانہ اخبارات میں کام ''شفٹ'' Shift میں تقسیم ہوا کرتا ہے۔ درمیانی اخبارات میں صرف دو شفٹیں ہوتی ہیں جو دن کی شفٹ اور رات کی شفت کہلاتی ہے۔عموماً ایک شفٹ آٹھ گھنٹوں کے مسلسل کام پر مشتمل ہوتی ہے۔ بہت

بڑے اخبارات اور خبر رساں ایجنسیوں میں تین شفٹیں رہتی ہیں یعنی 24 گھنٹے ادارت کا کام لگاتار جاری رہتا ہے جہاں تین شفٹوں میں کام ہوتا ہے وہاں درمیانی شفٹ، ''مڈشفٹ'' Mid-shift یا ''لنک شفٹ'' Link shift کہلاتی ہے۔ نائب مدیر عموماً کسی ایک شفٹ میں کام کرتے ہیں۔ مہینہ میں ایک بار یا ہفتہ میں ایک بار ان شفٹوں میں تبدیلی کی جاتی ہے۔ رات کی شفٹ میں کام کرنے والے نائب مدیروں کی زائد ذمہ داری اخبار کے صفحات کے ''میک اپ'' --- Make Up ہوتی ہے۔ جن اردو اخبارات میں کتابت سے کام چلایا جاتا ہے وہاں بھی رات کی شفٹ میں کام کرنے والے نائب مدیران کی ذمہ داری زیادہ اہم اور محنت طلب ہوا کرتی ہے۔

جن بڑے اخبارات میں مختلف شہروں یا جہتوں کے لیے علاحدہ ایڈیشن طبع ہوتے ہیں وہاں بھی نائب مدیروں کو یہ احتیاط برتتی پڑتی ہے۔ کہ ہر نیا اڈیشن علاقہ کی خصوصی خبروں سے آراستہ ہے۔ ایک بیدار نائب مدیر یہ اچھی طرح یاد رکھتا ہے کہ کون سی خبر کس صفحہ پر کس اہتمام سے شائع ہونے والی ہے، کتنی جگہ ختم ہوچکی ہے اور کتنی جگہ ابھی باقی ہے۔ کون کون سے مستقل فیچر جگہ پا چکے ہیں اور کون سا مواد ابھی تک پریس نہیں پہنچا ہے۔ اس طرح نائب مدیر ایک معمار کے فرائض انجام دیا کرتا ہے، گویا وہ ایک دماغی منصوبہ یعنی پلان بنا کر ''تعمیر'' کرتا ہے، ایک خاکہ اپنے ذہن میں رکھ کر ہر صفحہ کو قابل مطالعہ مواد سے پر کرتا ہے۔

ہندوستان کے بیشتر اخبارات ایک عرصہ دراز تک میک اپ وغیرہ معاملات

میں مشہور برطانوی اخبارات کی تقلید کرتے تھے۔ مگر آج کل امریکی طرز بھی اپنائی جاتی ہے اور صفحات کی ترتیب اور وضع قطع وغیرہ میں کئی تجربات ہورہے ہیں۔ نت نئے انداز اپنائے جارہے ہیں اور تخلیقی کوششوں کی ہر جگہ معقول حوصلہ افزائی ہورہی ہے۔ ہر اخبار اپنی ظاہری خوبصورتی میں ایک دوسرے پر سبقت لے جانے کی جدوجہد کر رہا ہے۔ گزشتہ صدی کے اواخر میں اور موجودہ صدی کے اوائل میں صفحات کی ترتیب، کالموں کی ترتیب، تصویروں کی تنصیب، سرخیوں میں جدت طرازی وغیرہ پر کوئی خاص توجہ نہیں دی جاتی تھی۔ مگر رفتہ رفتہ اس میدان عمل میں بھی تبدیلی کی جانب توجہ مبذول ہوئی ہے۔ تیس چالیس سال پہلے کے اخبارات کے مقابلہ میں آج کے ہندوستانی اخبارات ہفت روزہ جرائد، ماہنامے، ڈائجسٹ رسائل وغیرہ صفحات کی خوبروئی اور دلکش طباعت پر زیادہ محنت کر رہے ہیں۔ بہتر ٹائپ یا پسند خوشنویسی کی ضرورت اہمیت دی جارہی ہے۔ آفسیٹ کی برکتوں سے بھرپور فائدہ حاصل کیا جارہا ہے۔ لیتھو چھپائی کے مسائل سے چھٹکارا پاکر کئی اردو، ہندی، انگریزی اور کئی ہندوستانی زبانوں کے اخبارات فوٹو آفیسٹ طریقہ طباعت کی سہولتوں اور لامحدود ممکنات آرائش سے استفادہ کر رہے ہیں۔ آفسیٹ پر شائع ہونے والے اخبارات میں تصاویر، کارٹون، نقشوں، گراف، مصوری وغیرہ کا استعمال بہت آسان ہوگای ہے۔ اردو اخبارات بھی زیادہ سے زیادہ آفسیٹ کی جانب سے متوجہ ہورہے ہیں۔

نائب مدیر ایک تیز طبع صحافی ہوتا ہے جسے ''ہرفن مولا'' ہونا ضروری ہے۔ اس

کے ہر رویہ میں ایک جولانی ہو۔ ادارت کے فرائض سے اس کا میلان ہونا ضروری ہے۔ کبھی وہ معماروں کی کانفرنس کی تفصیلات پڑھ رہا ہوتا ہے تو کبھی پہلوانوں کے مسائل پر آئی ہوئی خبروں کی وضع قطع بخش ہو رہا ہوتا ہے۔ کبھی امریکہ کے صدر کی تقریر کو دلچسپ طریقہ پیش کرنے کی کوشش میں مگن ہے تو کبھی کسی اسپورٹس انجمن کے انتخابات کے نتائج کو جگہ دینے کے لیے غور و فکر میں مصروف رہتا ہے۔ کبھی وہ ٹیگور پر کسی ماہر ادیب کی تقریر کا خلاصہ تیار کر رہا ہے۔ تو کبھی ماہی گیروں کے مسائل کی فہرست میں کانٹ چھانٹ میں مشغول ہے۔ اپنی تعلیمی قابلیت، استعداد اور تجربہ کی روشنی میں کامیاب نائب مدیر ہر معاملہ سلجھانے میں طاق ہوتا ہے اور ہر واقعہ کو ایک ''خبری مزاج سے مزین کر کے بہتر سے بہتر طریقہ پر اخبارات کے صفحات پر عیاں کرنے میں مصروف رہتا ہے۔

نائب مدیر کے آلات میں: قلم، گوند (سریش یعنی گم Gum یا پیسٹ Paste) اور قینچی۔ نائب ادارات کی کچھ خصوصی علامات بھی ہیں جو انگریزی اخبارات میں مستعمل ہیں سب ایڈیٹنگ کے ان علامات کو اخبار کے طابع آسانی سے سمجھ لیتے ہیں۔ چونکہ ہندوستانی زبان کے اخبارات میں مسودہ ''ترجمہ'' کی صورت میں طابع کے حوالے کیا جاتا ہے اسی لیے مسودہ میں ان خصوصی علامات کے استعمال کی چنداں ضرورت نہیں رہتی۔ امریکی اخبارات اور صحافتی کتابوں میں سب ایڈیٹنگ کو ''کاپی ریڈنگ'' Copy Rrading کہا جاتا ہے۔

قصبہ جات اور درمیانی سطح کے شہروں سے آنے والی خبروں کی ''سب

ایڈیٹنگ'' ایک بڑا مسئلہ ہوتی ہے۔ اندرونی مقامات میں مقرر شدہ نامہ نگار عموماً تربیت یافتہ یا تجربہ کار اخبار نویس نہیں ہوتے۔ چھوٹے چھوٹے گاؤں میں اخبار کی نامہ نگار کا کام سنبھالنے والے ایسے وکیل ہوتے ہیں جن کی وکالت نہیں چلتی ہے یا ایسے تاجر ہوتے ہیں جن کی تجارت قدرے حال ٹھنڈی ہوتی ہے یا ایسے وظیفہ یاب لوگ ہوتے ہیں جنہیں فرصت ہی فرصت ہوتی ہے۔ ایسے غیر مصروف لوگ جو بھی رپورٹ بھیجتے ہیں وہ عموماً لمبی ہوتی ہے جس میں غیر ضروری معلومات، غیر اہم ناموں اور غیر مانوس تفصیلات کی بھرمار ہوتی ہے۔ عبارت بھی اکثر صحیح نہیں ہوتی اور املا کی بھی بے شمار غلطیاں ہوتی ہیں۔ ایسے مکتوب نگاروں کی تخلیقات کو'' قابل اشاعت'' بنانے کے لیے نائب مدیر کے لیے صبر وضبط کی بہت ضرورت ہوتی ہے۔ قصبہ جاتی خبروں کو یکسر نظر انداز بھی نہیں کیا جا سکتا۔ بہرحال ایسے طویل اور ریزارکن خبر ناموں میں سے کچھ نہ کچھ مواد چھانٹ کر اخبار میں شاعت کے لیے تیار کرنا نائب مدیر کی ذمہ داری ہے۔

نائب مدیر کے لیے ضروری ہے کہ وہ وسیع مطالعہ برقرار رکھے۔ تاریخ، جغرافیہ، معاشیات، سیاسیات، بین الاقوامی قانون، صنعت وحرفت، تجارت، انسانی نفسیات جیسے موضوعات سے وہ اچھی طرح متعارف بلکہ مہارت کی حد تک واقف رہے۔ اخبار سے متعلق رہنے والے کو دنیا بھر کے مختلف النوع حالات، معاملات، نظریات، تحریکات وغیرہ سے مسلسل سابقہ پڑتا رہتا ہے۔ اگر کسی بھی موضوع یا مسئلہ پر زیادہ معلومات فوری طور پر دستیاب نہیں ہیں تو کم از کم نائب مدیر کو یہ معلوم

رہنا چاہیے کہ مطلوبہ تفصیلی معلومات کم سے کم وقت میں کہاں سے فوراً حاصل کی جا سکتی ہیں۔ کسی بھی اچھے اخبار کے دفتر میں ایک اچھے کتب خانہ کا ہونا ضروری ہے جس میں حوالے کی کتابوں یعنی Reference Books کا ایک منتخب ذخیرہ ہو۔

اخباری تحریر میں فصاحت اور بلاغت کو زیادہ پسند نہیں کیا جاتا ہے۔ ہر کوئی اخبار عجلت میں پڑھتا ہے۔ میز پر لغت رکھ کر اخبار کا مطالعہ کوئی نہیں کرتا۔ اخبار مصروف ترین لوگ پڑھ کر جتنا جلد ہو سکے اتنا جلد مطلب جاننا چاہتے ہیں۔ اسی لیے ضروری ہے کہ اخباری زبان کو ادبی چاشنی سے زیادہ رنگین نہ بنایا جائے۔ عوام اخبار کا مطالعہ سرسری طور پر کرنے کے عادی ہوا کرتے ہیں۔ اخبار کسی کلاس کی درسی کتاب نہیں ہے کہ ہر لفظ کا معنی جانا جائے اور کسی استاد کی مدد سے مفہوم جاننے کی کوشش کی جائے۔ اخبار آسان سے آسان الفاظ میں ہوتا کہ ہر معیار کا آدمی اسے پڑھ کر جلد سے جلد معاملہ جان جائے۔ ثقیل، متروک، تیکنیکی، کڑے، منجمد، خلط ملط، منتشر اور خود ساختہ الفاظ ہرگز استعمال نہ ہوں۔ تہذیب سے گرے ہوئے الفاظ اخبار کے صفحات پر نہ آئیں۔ کسی بھی خبر میں عرف ناموں کا استعمال نہ کیا جائے۔

اردو زبان کے اخبارات کے بعض مدیران کی یہ عادت ہے کہ وہ عربی اور فارسی کے اونچے الفاظ استعمال کرتے ہیں۔ عام قاری ایسے مرعوب کن الفاظ کا مطلب ہی نہ جانتا ہو تو وہ خبر کا مفہوم کیا سمجھ سکے گا؟ تعلیم یافتہ احباب بھی نہیں چاہتے کہ اخبار ''مرقع ادب عالیہ'' ہو۔

سب ایڈیٹر کی ذمہ داریاں

جیسا کہ بار بار کہا گیا ہے سب ایڈیٹر کی متعدد ذمہ داریاں ہیں۔ دوسروں کی محنت کا محاسب ہے۔ جیسے جیسے اخبارات کی اہمیت بڑھ رہی ہے سب ایڈیٹر کی ضرورت اور وقعت بھی برابر بڑھتی جارہی ہے۔ بعض حالات میں مدیر اعلیٰ یا مدیر کے ذمہ انتظامی ذمہ داریاں بھی دی جاتی ہیں مگر نائب مدیر کا کام خالص ادارتی ہوتا ہے۔ وہ تجارتی، اشتہارات، اخبارات کی تقسیم، طباعت وغیرہ کے معاملات میں کوئی دلچسپی نہیں لیتا۔

نائب مدیر ایک اخبار کی عمارت کا اہم پتھر یا رکن ہوتا ہے۔ اپنی قوت فیصلہ کے استعمال سے وہ اخبار کے مواد میں ضروری کانٹ چھانٹ کرتا ہے۔ اسی لیے عرف عام میں سب ایڈیٹنگ کے کمرہ کو ''ہضم'' کرنے کا کمرہ بھی کہتے ہیں۔ کہتے ہیں کہ قلم تلوار سے زیادہ طاقتور ہے یہاں تو یہ کہنا موزوں ہے کہ نائب مدیر کا قلم مضمون نگاروں کے قلم سے زیادہ طاقتور ہے۔ نائب مدیر کو ایک ''چھاننا'' یا فلٹر'' Filter بھی کہا جاسکتا ہے جس طرح ایک فلٹر ہر چیز صاف کرتا ہے بالکل اسی طرح ایک نائب مدیر کسی بھی مسودہ کو صاف کرتا ہے۔ غیر ضروری تفصیلات کو ضروری تفصیلات سے الگ کرنے کی ذمہ داری دیکھنے میں تو بڑی آسان نظر آتی ہے مگر عملی طور پر ایسی سرگرمی میں کئی دشواریاں پیش آتی ہیں۔ ایسی مشکلات کا سامنا کرتے ہوئے بھی نائب مدیر کو بیداری، مسرت اور اطمینان کا اظہار کرنا ہوتا ہے۔ نائب مدیر کا کام گویا بے جان ہڈیوں میں روح پھونکتا ہے۔ رائے عامہ سے گہری واقفیت بھی

مشعل راہ کا کام دیتی ہے۔ ماضی اور حال کے جملہ حالات اور واقعات سے واقف رہ کر نائب مدیر وقت کی نباضی اور عکاسی کرتا ہے۔

دوران مصروفیت سب ایڈیٹر کے دماغ پر ہی نہیں بلکہ آنکھوں پر بھی زیادہ پڑتا ہے۔ برسوں پہلے بڑے اخبارات کے دفاتر میں سب ایڈیٹر ایک سبز رنگ کی ''شیڈ'' Shade پہنتے تھے۔ پیشانی پر پہنی ہوئی یہ ''سایہ فگن'' پٹی تیز روشنی سے ایک ''آڑ'' کا کام دیتی تھی۔ یہ ایسے شیڈ ہوتے تھے جو آج کل کرکٹ کے میدانوں میں تماشائی دھوپ سے بچنے کے لیے سروں پر لگا لیتے ہیں۔ آج کل روشنی کے انتظام کے بالکل نئے طریقہ ایجاد ہو گئے ہیں۔ بہتر اخبارات کے دفاتر میں نائب مدیروں کے کمروں میں خصوصی روشنیوں کا اہتمام رہتا ہے۔ چھوٹے اخبارات کے دفاتر سہولت اور آنکھوں کی حفاظت کی غرض سے میزوں پر ایسے ''خصوصی'' ٹیبل لیمپ رکھ کر کام چلا سکتے ہیں جس سے روشنی راہ راست مسودوں پر پڑے اور نائب مدیر کو گھورنے یا اپنی بصارت پر زیادہ دباؤ ڈالنے کی ضرورت نہ پڑے۔ کام کرنے کی جگہ یہ صحیح روشنی، پاک صاف ہوا اور دیگر سہولتوں کا بندوبست ہو تو کام کرنے والوں کو بھی تشفی رہتی ہے اور کام کی رفتار میں بھی تسلسل کے ساتھ عمدگی کی امید کی جا سکتی ہے۔

سب ایڈیٹر کے لیے ضروری قابلیت، تربیت اور تجربہ کے سلسلہ میں جو صلاحیتوں کی ایک جامع فہرست مرتبہ ہو سکتی ہے۔ وہ مندرجہ ذیل خطوط پر ہوگی۔

1۔ سب ایڈیٹر ایک ہمدرد انسانیت فرد ہو۔ وہ معاملہ فہم ہو، بلند نظر ہو۔ اپنے قارئین کے ذوق کو جاننے اور پہچاننے کی صلاحیت اس میں بدرجہ اتم موجود ہو۔

2۔ وہ ایک ضابطہ پسند، اعتدال پسند اور انصاف پسند قلمکار ہو۔ فیصلہ کرنے کی قوت رکھتا ہو۔ اسے کسی بھی معاملہ میں تناسب کا احساس ہو۔ دور اندیشی سے کام لے سکتا ہو۔

3۔ کسی بھی کام کو وہ ٹھنڈے دماغ سے ایک خاص نظم سے کرنے کا عادی ہو۔ منتشر خیالات سے دور رہنے کا عادی ہو۔ عجلت کا لحاظ رکھتے ہوئے بھی کام ایک طے شدہ رفتار سے انجام دے۔

4۔ کسی بھی بات کو جلد از جلد اور صحیح طریقہ پر سمجھ لینے کی تمیز رکھتا ہو۔ وہ ہر کام درستگی اور کابلیت سے کرنے پر اعتقاد رکھتا۔

5۔ فرائض کی ذمہ داری کی واقفیت کے ساتھ ہی وہ اپنے تمام کام پوری دیانتداری سے ختم کرنے کا نیک ارادہ رکھتا ہو۔ اپنا کام بیزارگی یا بے دلی سے نہ کرے وہ کسی نظریہ کے زیر اثر آنے سے بچنے کی قوت رکھتا ہو۔ جو بھی اس کی دماغی صلاحیتیں ہیں اس کا جائز اور معقول استعمال کرنے سے اسے دلچسپی ہو۔

6۔ معلومات عامہ مسلسل حاصل کرتے رہنا اس کی مرغوب مصروفیت ہو۔ ہر نئی بات کی تہہ تک پہنچنے سے وہ گہری دلچسپی رکھتا ہو۔

7۔ کسی بھی واقعہ کی زیادہ سے زیادہ تفصیل حاصل کر کے مختصر سے مختصر طور پر اپنے قارئین تک پہنچانے سے اسے واقعی وابستگی ہو۔

8۔ ماحول کو پرکھنے اور وقت کی نباضی میں اسے حتی المقدور مہارت ہو۔ اپنے خصوصی نظریات کو قارئین پر ٹھونسنے سے احتراز کرنا اس کا نصب العین ہو۔

9۔وہ اچھی تعلیم سے بہرہ ور ہو۔خواہ وہ کسی یونیورسٹی کا فارغ التحصیل ہو یا نہ ہو مگر علم کے حصول سے اسے فطری لگاؤ ہو، سیاسی معلومات سے واقف ہونے کا اسے پورا پورا شوق ہو۔

10۔ سیاسی ، معاشی ، سماجی ، صنعتی ، علمی ، ادبی ، دینی وغیرہ سرگرمیوں میں مصروف ہمعصر مشاہیر کے بارے میں اس کی معلومات وسیع ، مستند اور قابل اعتماد ہوں۔

11۔وہ ملک کے آئین کے اہم نکات سے واقف ہو۔خصوصی طور پر بنیادی حقوق کی تفصیلات سے اچھی طرح آگاہ ہو۔آئینی ترامیم سے اچھی طرح واقفیت رکھے۔آزادی تحریر وتقریر کے متعلقہ آئینی حقوق پر عبور حاصل کرے۔اخبارات سے متعلق تمام ضروری قوانین اور جدید ترین ترامیم سے سب ایڈیٹر کی کامل واقفیت بے حد اہم ہے۔

12۔ بامحاورہ زبان سلاست سے لکھنے میں اسے مہارت حاصل ہو۔اس کی تحریر اس قدر صحیح ہو کر دوبارہ کسی اور مدیر کے نظر ثانی کی حاجت نہ ہو۔

13۔سب ایڈیٹر کا بیشتر کام اندرون دفتر ہوتا ہے۔یاد رہے کہ کرسی اور میز پر مسلسل کام کرنے کے لیے صحیح اور سالم جسمانی قوت ، عمدہ بصارت اور روحانی جسارت کی ضرورت رہا کرتی ہے۔کمزور، بیمار یا معذور فرد اس محنت طلب کام میں بری طرح مات کھا جائے گا۔

14۔اخباری کام اشتراک عمل پر زیادہ منحصر ہوتا ہے۔اپنے عملہ کے دیگر

رفقائے کار سے دوستی، تعاون اور باہمی مفاہمت کے جذبات کا کسی بھی سب ایڈیٹر میں ہونا اہم ہے چڑ چڑا پن، دیگر افراد سے حسد، تنہا خوری جیسے غیر پسندیدہ عادات کسی بھی سب ایڈیٹر کے لیے ضرور رساں ہوتے ہیں۔

15۔ سب ایڈیٹر کے لیے جو اہم ترین صلاحیت تجویز ہوتی ہے وہ A Sence of News Values. کہلاتی ہے یعنی ''خبروں کی صحیح اہمیت کی تمیز'' ظاہر ہے کہ یہ لازمی صلاحیت رفتہ رفتہ تجربہ سے خود بخود حاصل ہو جاتی ہے۔مگر اس کا خیال رکھنا اور اس ''امتیازی صلاحیت'' کی باسلیقہ ''پرورش'' کرنا ہر دیانت دار، باذوق اور ذی فہم نائب مدیر کی مقدس ذمہ داری ہے۔

سرخیاں

سرخیوں کے بغیر ہم کسی اخبار یا رسالہ کا تصور ہی نہیں کر سکتے۔ سو، ڈیڑھ سو سال پہلے بھی اخبارات اور رسائل میں سرخیاں ہوا کرتی تھیں مگر آج کے مقابلہ میں وہ بہت بے جان، غیر دلچسپ، سرسری اور بالراست ہوتی تھیں۔ جنگ عظیم کے بعد خصوصاً اخبارات کی سرخیوں میں بھی ایک عظیم انقلاب رونما ہوا ہے۔ آج کل سرخیوں کا جاندار، بے حد دلچسپ، عمیق، دلکش اور طباعتی طور پر جاذب نظر ہونا بہت اہم ہے۔ جہاں صحافت کے متعدد پہلوؤں میں کئی خوشگوار تبدیلیاں آئی ہیں وہاں سرخی نویسی میں جدت طرازی نے اپنا رنگ کافی کامیابی سے جمایا ہے۔

سرخی کسی بھی خبر، مضمون، خط، بیان، تبصرہ یا تحریر کا مختصر ترین اقتباس یا خلاصہ

ہوتی ہے۔کسی بھی مطالعاتی مواد کی نوعیت کا فوری علم حاصل کرنے کے لیے سرخی بے حد ضروری ہے۔سرخی عموماً بڑے حروف میں دلکش ترین طرز پر لکھی یا چھاپی جاتی ہے۔عام کتابوں، درسی کتابوں، ناولوں، افسانوں، دینی کتابوں وغیرہ کی سرخیوں سے اخباری سرخیاں کافی مختلف، معنی خیز اور پرکشش ہوتی ہیں۔

کسی بھی اخبار کی سرخی اختصار کا شاہکار ہوتی ہے، کم سے کم الفاظ میں وہ قاری پر خبر کا خلاصہ آشکارا کرتی ہے، سرخی کے مطالعہ سے ایک عام قاری بہ یک نظر یہ فیصلہ کر لیتا ہے کہ اسے خبر پڑھنی چاہیے یا سرخی کے مطالعہ پر اکتفا کرنا کافی ہے، سرخی میں قاری کی توجہ حاصل کرتی ہے یا توجہ زائل کرتی ہے۔

سرخیوں کی وجہ سے کسی بھی اخبار کے صفحہ پر خوبصورتی یا دیدہ زیبی پیدا ہوتی ہے۔اگر سرخیاں غائب ہوں تو کسی بھی اخبار پر صرف حروف ہی حروف اور الفاظ کا ایک گھنیرا جنگل ہوگا جو آنکھوں پر بار ہوگا۔کوئی بھی قاری صرف سیاہ حروف سے لدے پھندے مواد کو پڑھنے سے بیزارگی ظاہر کرے گا۔مختلف النوع سرخیوں کی ذہین ترتیب سے اخبار کے صفحہ پر ایک نیا پن آتا ہے جو قابل قبول بھی ہے اور عالمگیر طور پر مرغوب بھی۔

امریکی اخبارات نے سرخی نویسی کو ایک باقاعدہ فن کا دے دیا ہے۔سرخیاں جمانا ایک تخلیقی کام ہے۔آج کل اسے ایک موثر آرٹ کہا جاتا ہے۔دوسری عالمی جنگ کے بعد سرخی نویسی میں مزید تبدیلیاں لائی گئی ہیں۔اس میدان میں نئے نئے تجربات کیے گئے ہیں اور سرخیوں کی جدید اقسام کو بھی مقبول مل گئی ہے مسلسل

تجربات کے بعد سرخی نویسی کو سہل بھی بنا دیا گیا ہے۔ جن اخبارات میں ٹائپ سے کام لیا جاتا ہے۔ وہاں سرخیاں لکھنے کے مسائل دقیق اور حد درجہ تکنیکی ہیں۔ اردو اخبارات میں چونکہ کتابت کا رواج ہے جگہ میں معمولی ردو بدل کر لینا ایسی کوئی مشکل بات نہیں ہے۔ کاتب ذرا سی جنبش سے چھوٹی موٹی تبدیلی کر کے سرخی جما سکتے ہیں۔

برسوں کیلئے سرخیوں میں تفصیل نہیں دی جاتی تھی۔ سرخیاں کچھ اس طرح کی ہوتی تھیں: ''حادثہ'' ''ریاست بھر میں قائم'' ''اضلاعی خبریں'' ''سرکاری اعلانات'' ۔ آج بھی اردو اخبارات میں ایسی غیر دلچسپ سرخیاں نظر آتی ہیں جیسے: ''انتقال پر ملال''، ''عالم اسلام کی خبریں'' ''آبادی سے متعلق معلومات''، وغیرہ۔ جدید اقدار کا تقاضہ ہے کہ ایسی بے جان اور قدیم طرز کی سرخیوں کو ترک کیا جائے۔ ایسی پھیکی سرخیاں سب ایڈیٹر کی کاہلی، قدامت پرمانا تجربہ کاری کی چغلی کھاتی ہیں۔

سرخی کے ذریعہ قاری کی چاپلوسی ہوتی ہے کہ وہ اخبار خرید لے، اس للچایا جاتا ہے۔ کہ وہ خبر پڑھے۔ کسی سرخی کے ذریعے قاری کو صدمہ دیا جاتا ہے یا کسی سرخی کے ذریعے اسے ہکا بکا کیا جاتا ہے۔ آج کل بے پروائی سے لکھی گئی سرخیوں کی پذیرائی نہیں ہوتی۔ اعلان کرنے والی، چونکانے والی اور فریفتہ کرنے والی سرخیوں کا رواج عام ہو گیا ہے۔ اخبار کے قاری کی ہر ممکن توجہ جیتنے کی غرض سے سرخیاں مفید، موافق اور معقول بنائی جاتی ہیں۔

سرخی نویسی کے قوانین وضوابط طے کرتے وقت تجربہ کار صحافیوں نے اس کی

بنیاد مضبوط کی ہے اور انسانی نفسیات کا کافی مشاہدہ کر کے مفائدہ مند ہدایات فراہم کی ہیں۔ آج کل سرخیاں وجد اور دل نوازی سے تخلیق کی جاتی ہے۔ سرخی نویس کی یہ واجبی ذمہ داری ہے کہ وہ مختصر ترین الفاظ میں پوری خبر کا سرخی میں ''انتہائی خلاصہ'' دے دے۔ سرخی نویس کی سعی گویا ''شاعری'' ہے۔ جس طرح ایک شاعر اپنے شعر کو زیادہ سے زیادہ پسندیدہ بنانے کے لیے اپنی تمام تر کوشش صرف کرتا ہے اسی طرح ایک باذوق، سنجیدہ اور گرمجوش سرخی نویس اپنی ہر سرخی کو ایک قابل تعریف ''شاہکار'' بنانے کی سعی کرے۔ اکثر وبیشتر اچھی سرخیاں قارئین کی اس طرح ذہین نشین ہو جاتی ہیں جیسے کوئی اچھا شعر ہمیں از خود یاد ہو جاتا ہے۔

ایک اچھی سرخی لکھنے والے کے لیے بھی اطمینان کا باعث ہوتی ہے، اخبار کے ناشر کے لیے فخر کے لائق ہوتی ہے اور قاری بھی ایک اچھی سرخی سے نہ صرف محظوظ ہوتا ہے بلکہ اس کے لیے فخر کے لائق ہوتی ہے اور قاری بھی ایک اچھی سرخی سے نہ صرف محظوظ ہوتا ہے بلکہ اس کی نظروں میں متعلقہ اخبار کی وقعت بڑھ جاتی ہے۔ زوردار سرغیاں کامل اور باکمال کہی جاتی ہیں۔ سرخی میں پھیکاپن قاری کو بھی مایوس کر دیتا ہے۔ تردد، توجہ اور احتیاط سے معمولی خبر کی سرخی بھی اعلیٰ اور افضل بنائی جا سکتی ہے۔ سرخی میں روزمرہ کی گفتگو کے فقرے استعمال کیے جائیں تو بھی سرخی کا اثر گہرا اور دیرپا رہتا ہے۔ ہر اخباری سرخی میں ایک منادی ہو ایک واضح اظہار ہو۔

ایک اچھی اور بھدی سرخی میں تمیز کرنے والے قاری زیادہ ہوں یا کم، مگر ہر اخبار کی یہ مسلسل کوشش رہنی چاہیے کہ اس کی سرخیوں کو سراہا جائے اور پسندیدہ

نظروں سے دیکھا جائے۔ یہ طے ہے کہ کوئی بھی سرخی اخبار بینی میں سہولت پیدا کرتی ہے۔ اچھی سرخیوں کی تحریر نائب مدیر کی خوش خلقی، اپنے پیشہ سے الفت اور اپنی تخلیقی قوتوں کے جائز استعمال کی کوشش پر منحصر ہے۔ اخلاقی شعور اور نائب مدیر کو اپنے کارکردگی کاملیت سے لگاؤ ہو تو اچھی سرخیاں ترتیب ہو جاتی ہیں۔

پھڑکتی ہوئی سرخی وہی ہے جس میں عرض بھی ہے اور گہرائی بھی۔ اردو اخبارات میں سرخی نویس کا کام دیگر زبانوں کے اخبارات سے نسبتاً سہل اور لچکدار ہے۔ انگریزی، ہندی، گجراتی، بنگالی، مرہٹی الغرض ہر اس اخبار میں جہاں ٹائپ کی طباعت ہوتی ہے سرخی جمانے کے لیے ٹائپ کے حجم کی وجہ سے کافی دقت ہوتی ہے کبھی کبھار سب ایڈیٹر کی لکھی ہوئی سرخی ٹائپ کی سختی کی وجہ مجوزہ جگہ میں جمائی نہیں جا سکتی۔ جہاں کتابت کا معاملہ ہے وہاں کاتب صاحب ذرا سی توجہ سے سرخی کو تھوڑی بہت کمی بیشی کے ساتھ آسانی کے ساتھ جما سکتے ہیں۔ اس طرح اردو اخبارات میں سرخی لکھتے وقت ذرا زیادہ ہی آزادی نصیب ہے۔ اس آزادی کے باوجود نائب مدیر کو توجہ سے سرخی لکھنی ہوتی ہے۔ تاکہ یہ کاتب کے لیے بڑا مسئلہ نہ بننے پائے۔

انگریزی زبان کے اخبارات میں عموماً ''یونٹ'' Unit کے حساب سے جگہ کی چوڑائی کا اندازہ لگا کر سرخی جاتی ہے مثلاً:

چھوٹے i اور چھوٹے e کے لیے 1/2 یونٹ،

چھوٹے m اور چھوٹے w کے لیے 1/1/2 یونٹ،

دیگر تمام چھوٹے حروف کے لیے ایک یونٹ ،

بڑے I کے لیے ایک یونٹ ،

باقی تمام بڑے انگریزی حروف یعنی کیپیٹل لیٹرس کے لیے 1/1/2 یونٹ ،

حروف کے درمیان خالی جگہ کے لیے 1/2 یونٹ ،

ہر اعراب کے لیے 1/2 یونٹ ،

اعداد کے لیے (سوائے 1) کے ایک یونٹ ،

عدد 1 کے لیے 1/2 یونٹ ،

یعنی لفظ Ma We جماتا ہو تو 6/1/2 یونٹ کا شمار، لفظ Radical جماتا ہو تو 9/1/2 یونٹ کا شمار۔ اس طرح ہر سرخی کا فوری طور پر ''یونٹ'' کے حساب سے اندازہ لگایا جاتا ہے۔ یہ طریقہ کار دنیا بھر کے انگریزی اخبارات میں مستعمل ہے۔

اردو خوشنویسی کا یہ کمال ہے کہ ذرا سی توجہ اور کوشش ہے جہاں الفاظ یا حروف کے لیے اختصار کی ضرورت ہے وہاں مختصر کرنا ممکن ہے، اور جہاں کسی حرف یا لفظ کو طوالت دینا ضروری ہے وہاں ذرا سی جنبش قلم سے طوالت دی جا سکتی ہے۔

جو سرخی تین کالم میں لکھی جا سکتی ہے وہ کاتب صاحب کی عنایت سے دو کالم میں آ سکتی ہے۔ بالکل اسی طرح جو سرخی عام طور سے تین کالم میں کھپائی جا سکتی ہے وہ کاتب صاحب کی کوشش سے آسانی کے ساتھ چار بلکہ پانچ کالموں میں بھی ''کھینچی'' جا سکتی ہے۔ یہ سہولت صرف اردو رسم الخط میں ممکن ہے۔ اس طرح اردو زبان میں سرخی نویسی کی ناپ تول قدرے مشکل نہیں ہے۔

سرخیاں لکھتے وقت عمدہ ذوق کا مظاہرہ ضروری ہے۔ سرخی میں اعتراض، طنز، یا پھبتی سے احتراز کرنا چاہیے۔ کسی بات کو توڑ مروڑ کر پیش کرنا صحافتی ہی نہیں بلکہ انسانی بد دیانتی ہے۔ الفاظ جہاں اظہار کا بہترین اور موثر ترین ذریعہ ہیں وہاں خطرات کا پیش خیمہ ہیں۔ سرخی میں کسی فرد یا ادارہ کی توہین کا امکان ہے۔ خصوصی طور پر بین الاقوامی خبروں کی سرخیاں تحریر کرتے وقت غیر معمولی احتیاط کی ضرورت ہے۔ ذرا سی غفلت سے کسی بھی ملک سے تعلقات میں کشیدگی کا خطرہ لگا رہتا ہے۔ بین الاقوامی دوستی اور خیر سگالی کے جذبات کا تقاضہ ہے کہ ہم اخباری سرخیوں کے ذریعے کسی ملک کے احساسات کو ٹھیس پہنچانے سے بچیں۔

جنگ کے زمانے میں سرخیاں کافی احتیاط اور ذمہ داری سے لکھی جائیں۔ معمولی سی معمولی غلطی کا خمیازہ بھگتنا پڑے گا۔ جنگ کے دوران سخت قوانین نافذ رہتے ہیں اور ملک کے دفاع کی خاطر کسی بھی صحافی کو گرفتاری اور نظر بندی کا خدشہ لگا رہتا ہے۔ اسی طرح فوجی معاہدوں اور دیگر بین الاقوامی یا بین الریاستی معاہدوں کی سرخیاں بھی کافی توجہ سے لکھنا چاہیے۔ مزدوروں کی ہڑتال اور احتجاجی جلسوں اور جلوسوں کی خبروں کی سرخیاں بھی محتاط ہوں۔ اشتعال انگیزی یا جانب داری سے پرہیز لازمی ہے۔ کسی غلط سرخی سے بپھر کر مزدوروں یا مزدور قائدین کا اخبار کے دفاتر پر دھاوا بولنا ایک عام بات ہوگئی ہے سرخی اور خبر پڑھ کر کسی بھی معاملہ پر یا مسئلہ پر رائے قائم ہوتی ہے یا رائے زنی ہوتی ہے۔ یہاں یہ یاد رکھنا بھی ضروری ہے کہ سرخی کا کوئی نعم البدل نہیں ہے۔ سرخی ہی کے ذریعے اخبار کے قاری کو جنبش

ہوتی ہے۔لہذا کسی بھی سرخی کو زندہ ، چالاک ،خوش دل اور تازہ دم بنانا ضروری ہے۔یعنی سرخی کسی بھی کی منہ بولتی تصور ہو۔کندیا مبہم سرخی کسی بھی خبر کا ستیاناس کر دیتی ہے۔سرخی کے لیے جو جگہ مختص ہوتی ہے وہ گراں قدر ہوتی ہے۔اس کا مناسب ترین استعمال ہونا چاہیے۔سرخی کے ایک ایک الفظ کی اہمیت پر توجہ دینی چاہیے۔

سرغی میں عجیب اور اعجازی الفاظ استعمال نہ کیے جائیں ۔مثلا عمدہ ترین ، افضل ترین ، مہتم بالشان ، مشہورترین ، قدیم ترین ، اہم ترین جیسے فوقیت والے صیغوں سے احتراز کیا جائے۔''بہت بڑی''،''دبہت قیمتی''،''بہت ضروری''جیسے الفاظ استعمال نہ ہوں۔''بڑا حادثہ''''بڑی چوری''،''بڑا قتل''جیسے فقرے سرخی کو واضح نہیں کرتے۔جو شئے سرخی نویس کو بڑی یا اہم محسوس ہو وہ ضروری نہیں کہ ہر قاری کے لیے عظیم یا ضروری ہوں۔

جو خبر بالکل صحیح یا مستند نہیں ہے اور افواہوں پر مبنی ہے اس کے ساتھ ایک علامت استفہامیہ یعنی سوالیہ نشان سرخی میں لگانا ضروری ہے مثلا:

عام انتخابات جنوری کے اواخر ہیں؟

میر بلدہ مستعفی ہو جائیں گے؟

امریکی صدر ہندوستان آئیں گے؟

سرخیوں کی اقسام

اردو اخبارات میں چونکہ ٹائپ کا رواج عام نہیں ہے سرخیوں کی اقسام طے

نہیں ہوتی ہیں۔ عام طور سے انگریزی کے معیاری اخبارات میں شائع ہونے والی سرخیوں کی پیروی ہوتی ہے۔ جہاں تک مشاہد کا تعلق ہے انگریزی زبان کے اخبارات میں مستعمل چند سرخیوں کے نمونے اردو اخبارات میں کافی مقبول ہیں اور بعض نمونے شاذونادر ہی استعمال ہوتے ہیں۔

دنیا بھر کے معیاری اخبارات میں جو سرخیاں مروج ہیں اور ان کا مختصر حال درج ذیل ہے:

1۔ کراس لائن Crossline

یہ عام ترین اور مقبول ترین سرخی ہے جو ایک ہی سطر کی ہوتی ہے۔ خواہ وہ ایک کالمی ہو یا دو کالمی یا تین کالمی یا چار کالمی .... صرف ایک ہی سطر یا لائن میں سرخی دی جاتی ہے۔ اگر مواد کم ہے اور منتخبہ کالموں کی چوڑائی زیادہ ہے تو سرخی کو درمیان میں رکھنے کے لیے دائیں اور بائیں یکساں خالی جگہ چھوڑ دی جاتی ہے۔ اس ایک سطری سرخی کے لکھنے یا کتابت کرنے میں ایسی کوئی دشواری نہیں ہوتی۔

2 ڈراپ لائن Drop Line

اس سرخی میں کئی سطریں ہوتی ہیں .... دو، تین، چار۔ ہر دوسری سطر کے ساتھ داہنی طرف خالی جگہ چھوڑی جاتی ہے۔ (یعنی: انگریزی زبان میں بائیں جانب جگہ چھوڑی جاتی ہے۔) انگریزی، ہندی اور دیگر ٹائپ کی مدد سے شائع

ہونے والے اخبارات میں دوسطروں کی ڈراپ لائن ہی زیادہ تر استعمال ہوتی ہے۔سرخی میں دیے گئے مواد کومناسب حصوں میں تقسیم کر کے ایسی سرخی جمائی جاتی ہے۔سطور میں چوڑائی کی کمی بیشی ہوبھی تو گوارا کرلیا جاتا ہے۔ڈراپ لائن میں زیادہ سے زیادہ سے چارسطریں استعمال ہوتی ہیں۔

3۔الٹا اہرام یا ''انورٹیڈ پرامڈ'' Inverted Pyramid۔

اس سرخی کو Inverted Pyramid اور کبھی کبھی صرف Pyramid کے نام سے یاد کیا جاتا ہے۔اس سرخی کی خصوصیت یہ ہے کہ ہر دوسری سطر پہلی سطر سے چھوٹی ہوتی ہے اوراس طرح مرکز میں دی جاتی ہے کہ الٹے اہرام کی شکل بن جاتی ہے۔اگر تین سطروں کی سرخی ہوگی تو: تیسری سطر سب سے چھوٹی ہوگی، دوسری سطر تیسری سطر سے بڑی اور پہلی سطر سے چھوٹی ہوگی۔ہر سطر کالم کی چوڑائی کے تناسب سے بیچوں بیچ رکھی جائے گی۔

4۔ہینگنگ انڈینشن Hanging Indention

ہندوستان کے انگریزی اخبارات میں بھی اس قسم کی سرخی بہت کم دیکھنے میں آتی ہے۔البتہ امریکہ کے علاقائی اخبارات میں یہ کافی مقبول ہے۔پہلی سطر کافی طویل ہوتی ہے۔دوسری، تیسری اور چوتھی سطروں کو یکساں اس طرح جمایا جاتا ہے۔کہ دوسری، تیسری اور چوتھی سطروں میں کافی اور یکساں حاشیہ پایا جاتا ہے۔

آخری سطر جہاں ختم ہوتی ہے وہیں ختم کر دی جاتی ہے خواہ وہ کتنی ہی چھوٹی کیوں نہ ہو۔ مجموعی اثر یہ ہوتا ہے کہ گویا دوسری، تیسری اور چوتھی سطر میں پہلی سطر پر ''لٹک'' رہی ہیں۔

5۔ فلش لیفٹ Flush Left

فلش لیفٹ نامی سرخی میں دو یا تین سطریں ہوتی ہے۔ ہر دوسری سطر اگلی سطر سے مقابلتاً چھوٹی ہی ہوتی ہے۔ انگریزی اخبارات میں حاشیہ بائیں جانب چھوڑا جاتا ہے۔ اردو اخبار میں ایسی سرخی جمائی جائے تو حاشیہ دائیں جانب ہی چھوڑا جائے گا۔

6۔ اسکوائر اڈنیشن Square Indention

ہندوستان کے انگریزی اخبارات میں اسکوائر انڈنیشن نامی سرخی بہت کم نظر آتی ہے بعض اوقات رسالہ جات میں اس کا استعمال کبھی کبھار ہوتا ہے۔ اس سرخی میں بھی تین یا چار سطریں ہوتی ہے۔ دائیں جانب بالکل دو یا تین سینٹی میٹر کا ''حاشیہ'' لازمی طور پر چھوڑ دیا جاتا ہے۔

اخباری میک اپ

کسی بھی اخباری صفحہ کی ترتیب صحافتی زبان میں ''میک اپ'' Make-Up کہلاتی ہے۔سرخی نویسی کی طرح میک اپ بھی ایک تخلیقی فن ہے۔ ہر نائب مدیر کو یہ طے کرنا ہوتا ہے کہ اخبار کے صفحے کی بناوٹ کیسی ہو،کون سی خبر کتنی طوالت یا کتنی چوڑائی کے ساتھ کہا جمائی جائے۔ میک اپ کی ''ساخت'' ایک کاریگری ہے جو خاص دلچسپی کے ساتھ انجام دی جاتی ہے۔میک اپ کا ذمہ دار مدیر یا نائب مدیر احتیاط،لگن اور ذوق سے کام لےتو اخبار کا ہر صفحہ خوش اندام ہوسکتا ہے۔ اگر وہ بداحتیاطی بے دلی اور سرسری پن سے کام لےتو صفحہ میں نہ ربط ہوگا نہ جاذبیت ۔ بے ڈھب ترتیب قاری کی بصارت پر بھی ایک بوجھ ہوتی ہے۔سرخی نولیس کتنی ہی محنت سے سرخی لکھے وہ اس وقت تک موثر نہ ہوگی جب کہ ترتیب میں اسے مناسب ومعقول جگہ نصیب ہو۔غور سے دیکھا جائےتو سرخی نولیس کے کام کو میک اپ کا ذمہ دار مدیر کاملیت بخشتا ہے۔خبر کی معقول ''نمائش'' بہت اہم ہے۔خبر کا معقول طور پر نمایاں کرنا بذات خود ایک لطیف فن ہے۔

بڑے اخبارات میں اس تزئین کو اتنا اہم مقام عطا کیا گیا ہے کہ ''میک اپ'' میں مہارت رکھنے والے افراد ''میک اپ ایڈیٹر'' کے نم سے اسی مخصوص کام کے لیے متعین ہوتے ہیں۔کئی تحقیقی اداروں میں ''میک اپ'' کے اسلوب پر باقاعدہ کام ہوتا ہےاور جائزے لیے جاتے ہیں کہ نفسیاتی طور پر کیسی ترتیب،تدوین یا تزئین قارئین کے دل ودماغ پر خوشگوار اثرات چھوڑتی ہے۔

کامیاب ترین مشتہر اپنے اخباری اشتہارات میں تصاویر، مضموان اور لکیروں بلکہ سفید جگہ تک کی ترتیب پر غیر معمولی جگہ دیتے ہیں، ساتھ ہی یہ اصرار بھی کرتے ہیں کہ ان کے تیار کیے ہوئے اشتہارات صفحات پر ایسی جگہ جمائے جائیں جہاں زیادہ سے زیادہ پڑھنے والوں کی نظر میں مرکوز ہوں۔ خبر کی جگہ کا تصفیہ بھی ایک خاص اہمیت رکھتا ہے۔ جس انداز یا ڈھنگ سے خبر صفحہ پر ''بٹھائی'' جاتی ہے اس کی اپنی اہمیت ہوتی ہے۔ میک اپ مدیر کی ذراسی توجہ سے کوئی بھی خبر ''نمایاں ترین'' ہو سکتی ہے یا اس کی غفلت سے کوئی بھی خبر ''دب'' سکتی ہے یا ''سرسری'' رہ جاتی ہے۔ کسی بھی خبر کو ''ابھارنا'' یا ''دبانا'' میک اپ مدیر کے ہاتھوں میں ہے۔

اردو اخبارات میں بہتر طریقہ یہ ہوگا کہ ہر صفحے کے لیے ایک ''خاکہ'' یا ''ڈمی Dummy'' تیار کی جائے کا تب خبروں اور دیگر مواد کی ''تنصیب'' کا ''بہ یک نظر'' جائزہ لے اور کتابت کا سلسلہ جاری رکھے۔ اکثر ایک صفحے کے لیے دو یا تین یا چار کاتب ایک ساتھ کتابت میں مصروف رہتے ہیں۔ ان کی لکھی ہوئی کاپیوں کو جوڑنا بھی ایک وقت کا کام ہے۔ ایک پورے صفحے کی کتابت صرف ایک ہی کاتب کے حوالے ہو تو بہتر ترتیب سہل ہوتی ہے۔ اندرونی صفحات کے لیے یہ اہتمام ممکن ہے مگر صفحہ اول کے لیے صرف ایک دو کاتبوں پر تکیہ کرنے سے کافی وقت ضایع ہو جاتا ہے۔ چھوٹے اخبارات اگر چھوٹے سائز کے صفحات پر مشتمل ہیں اور ایک ہی کاتب کو پوری کتابت تفویض کر رہے ہیں تو ترتیب کے خاکہ پر عمل زیادہ سہل ہو جاتا ہے۔ کتابت کے دوران نائب مدیر یا معاون مدیر کا وقتاً فوقتاً کاتب کی کارکردگی پر

نظر ثانی کر لینے سے زیادہ آسانی رہتی ہے۔ کاتب کو یہ مستقل ہدایت دی جائے کہ وہ جہاں کہیں ہدایت طلب مسئلہ سے دوچار ہو فوراً متعلقہ مدیر سے ضروری ہدایات حاصل کر کے کام جاری رکھے۔ اس سے آخری کاپی کی تیاری میں زیادہ دشواری نہ ہو گی۔

کسی بھی صفحہ کی دل ربائی ''میک اپ'' کے کمال پر منحصر ہے۔ ہر صفحہ پر کشش ہو اور ہر کالم خوش ترتیبی کا مظہر ہو۔ خبروں اور اشتہارات کی ترتیب میں ایک حسین امتزاج ہو۔ آراستگی اس قرینے سے ہو کہ پڑھنے والے کو ایک خاص قسم کا ''کھنچاؤ'' محسوس ہو، وہ فریفتگی کا شکار ہو۔ مطالعہ کے قابل مواد میں ایک انداز ہو، ایک خاص ادا ہو، میک اپ میں ایک خاص ''وضعداری'' قائم رہے۔ قصد اور عمل سے ہر مدیر اپنے اخبار کے ہر صفحہ کو اپنی ذہنی طاقت سے قابل التفات بنا سکتا ہے۔ جہاں سرخیوں میں قارئین کو محظوظ کرنے کی قوت ہے وہاں میک اپ میں بھی قارئین کو متاثر اور مسرور کرنے کی خصوصی استعداد درکار ہے۔ ضرورت، محنت، توجہ اور جدت طرازی کی ہے۔ ذرا سی تیز فہمی، اختراع پسندی اور وابستگی شامل حال ہو تو ہر صفحہ ایک حسین گلدستے کی طرح بنایا، سجایا جا سکتا ہے۔ میک اپ کا مقصد ہی کسی بھی شئے کے حسن کو دوبالا کرنا ہے اور اسی مناسبت سے اخبارات کے صفحات کی آرائش کو اصطلاحات میک اپ کہا گیا ہے۔

غور سے دیکھا جائے تو کسی بھی خبر یا قابل مطالعہ مواد کے معیار یا اہمیت کا صحیح اندازہ بھی میک اپ سے لگایا جاتا ہے۔ نفسیاتی ماہرین کا کہنا ہے کہ جو شئے پہلی نظر

میں بھاتی ہے اس کا نقش مثبت اور دیرپا ہوتا ہے۔ صفحہ کی ترتیب کا اثر براہ راست یا بلراست قاری پر پڑتا ہے۔ اگر کسی اخبار کا میک اپ بے ڈھب، غیر دلچسپ اور بد وضع ہو تو مشتہرین بھی نالاں رہتے ہیں۔ ایک اچھی طرح مرتب شدہ اخبار اپنی سفارش خود کرتا ہے۔ روشن اور تابدار اخباری صفحات کی اہمیت کا اس حقیقت سے بھی اندازہ لگایا جا سکتا ہے کہ ہر سال صفحات اول کی عمدگی کی بنیاد پر قومی سطح پر انعامات بھی دیے جاتے ہیں۔ ایسے مقابلوں میں انعامات پانا کسی بھی اخبار کے لیے وقار کا مسئلہ ہے۔

آج کل ہمارے جو اخبارات ایک معیاری سائز پر شائع ہو رہے ہیں وہ کسی حادثہ کا نتیجہ نہیں ہیں بلکہ اس سائز کے انتخاب کی وجہ یونانیوں کا ایک آزمودہ فارمولا ہے جو ''گولڈن آبلانگ'' Golden Oblong کہلاتا ہے۔ قدیم یونانی قانون میں یہ روایت قائم کی گئی ہے۔ کہ ہر فن کارانہ شئے پانچ مقدار لمبی ہو تو تین مقدار چوڑی ہو۔

تصحیح کی اہمیت

ایک عام محاورہ قابل غور ہے کہ ہر خوش نویس غلط نویس ہوتا ہے۔ بعض اوقات اس کی صداقت پر ایمان لانے کو جی چاہتا ہے کیونکہ ہمارے خطاطیا خوش نویس یا کاتب احباب ایسی فاش غلطیاں کر بیٹھتے ہیں کہ بڑی پشیمانی اٹھانی پڑتی ہے۔ کبھی مطالب غلط نکل جاتا ہے۔ کبھی نقطے غلط لگا دیے جاتے ہیں اور کبھی ہجوں

کی غلطیوں کی وجہ سے خفت اٹھانی پڑتی ہے۔

کاتب صاحبان اپنے دفاع میں کہتے ہیں کہ انہیں مسودے ہی بدخط دیے جاتے ہیں مسودے بہتر خط میں ہوں تو کتابت کی کاپیاں بھی بہتر اور زیادہ صحیح ہوں گی۔ جہاں کمپوزنگ سے کام لیا جاتا ہے۔ وہاں بھی غلطیاں سرزد ہوتی ہیں۔ خواہ دستی کمپوزنگ ہو یا الائنو ٹائپ یا مانو ٹائپ سے کمپوزنگ کی جاتی ہو چھوٹی موٹی غلطیاں ضرور ہوتی ہیں۔ فوٹو کمپوزنگ میں بھی غلطیاں یقینی طور پر ہوا کرتی ہیں۔ ایسا آلہ اب تک ایجاد نہ ہوسکات ہے جو صحیح مسودہ تیار کر سکے۔

آخری طباعت کا آرڈر دینے سے پہلے کسی بھی کاپی کی صحت کا پورا اہتمام کرنا ضروری ہے۔ اچھے سے اچھا ٹائپسٹ بھی سو فیصد صحیح ٹائپنگ کرنے سے قاصر رہتا ہے، اس طرح ہر مشینی کمپوزنگ میں کوئی نہ کوئی خامی ضرور رہ جاتی ہے۔ یہ ایک نفسیاتی مشاہدہ ہے کہ ہر ٹائپسٹ، کمپوزیٹر، لائنو ٹائپ آپریٹر، پینٹر، خطاط ضرور غلطیاں کرتا ہے۔ اس سے فرار نا ممکن ہی نظر آتا ہے۔ اسی لیے ہر اشاعتی میدان عمل میں محتاط تصحیح کی اہمیت تسلیم کی گئی ہے۔ غلطیاں ہر قسم کی ہوتی ہیں۔ کبھی ہجوں کی، کبھی اعراب کی، کبھی سطروں کی، کبھی تسلسل کی، کبھی ترتیب کی، پس کسی بھی اخبار کے دارتی عملہ کا یہ فرض ہے کہ وہ صحت کا اہتمام کرے۔ تصحیح کا کام صرف غلطیوں کو پکڑنے تک محدود نہیں رہتا ہے۔ مصحح کی ذمہ داری ہے کہ وہ یقین کرلے کہ اس کی بتائی ہوئی غلطی پوری طرح صحیح کی گئی ہے یا نہیں۔

تصحیح کا کام اتنا توجہ طلب ہے کہ بعض بڑے اخبارات میں پروف پڑھنے

والوں کی سہولت کے لیے ''ساؤنڈ پروف'' Sound Proof کمرے تک بنا دیے گئے ہیں تاکہ صحت کے ذمہ دار پروف ریڈر کافی انہماک اور توجہ، دلچسپی اور احتیاط سے اپنے فرائض انجام دیں۔ کئی بڑے اخبارات میں یہ اہتمام ہوتا ہے کہ ایک شخص مسودہ سطر بہ سطر بلکہ لفظ بہ لفظ دھیرے دھیرے پڑھتا ہے اور مصحح اسی رفتار سے دھیرے دھیرے ہر سطر ہر لفظ بلکہ ہر حرف کی جانچ پڑتال کر کے دیکھ لیتا ہے کہ وہ بالکل صحیح طریقہ پر تحریر یا کمپوز کیا گیا ہے۔ عام طور سے ہر مسودہ کی تین بار تصحیح کرنا ضروری سمجھا جاتا ہے اور تعجب اور کہ اتنی احتیاط کے باوجود بعض اوقات طباعت کی غلطیاں باقی رہ جاتی ہیں۔ بہر حال ہر ممکنہ سعی کرنا ضروری ہے کہ کسی بھی نوعیت کی غلطی طباعت شدہ اخبار میں باقی نہ رہے۔ اخبار بڑا ہو یا چھوٹا ہر طرح کی غلطیوں سے پاک ہو۔

پروف پڑھنے والا قواعد کی غلطیوں پر بھی توجہ دے۔ ہجوں کا تو وہ محافظ سمجھا جاتا ہے۔ املا کی غلطیاں اس کی تیز نظروں سے بچ کر جانے نہ پائیں۔ الفاظ کی جوڑ توڑ کا بھی خاص خیال رکھنا ضروری ہوتا ہے۔ کبھی الفاظ ادھر ادھر ہو جاتے ہیں۔ کبھی کبھی سہواً غلط اعراب لگ جاتے ہیں۔ بعض اوقات لائنیں ٹیڑھی ہو جاتی ہیں۔ بعض اوقات مقالہ نگاروں یا خبر رساں ایجنسیوں کے نام شامل ہونے سے رہ جاتے ہیں۔ غور سے دیکھا جائے تو پروف ریڈر کسی بھی اخباری مواد کا پہلا ''نقاد'' ہوتا ہے۔ کیونکہ وہ ہر خبر، ہر مقالہ اور ہر شائع ہونے والی شے پر گہری نظر رکھتا ہے۔ وہ ہر لفظ کو صحیح دیکھنا چاہتا ہے۔ پروف ریڈر اپنی جانب سے کسی ترمیم یا تنسیخ یا اضافہ کا حق

نہیں رکھتا ہے۔ اس کی ذمہ داری تدوین شدہ مسودوں کی ''صحیح'' اور ''صاف'' طباعت ہے۔ وہ مدیران اور طابع کے درمیان ایک اہم کڑی ہے۔ کوئی فاش غلطی ہو گئی ہے تو وہ متعلقہ مدیروں کے علم میں لا کر ان سے گفت وشنید کر کے مناسب ترمیم یا تنسیخ کی اجازت لے کر کوئی تبدیلی کر سکتا ہے۔ پروف ریڈر کی ''تصحیح شدہ'' کاپی عموماً دوبارہ مدیران کے پاس نہیں بھیجی جاتی یعنی پروف ریڈر طباعت سے پہلے تمام مواد کا ''نگہبان'' ہے۔

اردو اخبارات میں بہتر ہے کہ وہی کاتب تصحیح کرے جس نے کتابت کی ہے۔ یہ طے شدہ بات ہے کہ کتابت کی اجرت میں ہر ضروری تصحیح کی اجرت بھی شامل ہے۔ صرف غیر معمولی حالات میں کسی دوسرے کاتب سے تصحیح کا کام لیا جائے۔ کسی بھی پروف ریڈر کے لیے قوی بصارت ازحد ضروری ہے۔ کہا جاتا ہے کہ آپ ایک سو بادام کھایئے مگر ایک کڑوا بادام سارا مزہ کرکرا کر دیتا ہے۔ اس طرح قارئین سینکڑوں صحیح الفاظ کی طباعت کے مدح خواں نہیں ہوتے بلکہ ایک دو غلطیوں پر انگشت نمائی کر کے غفلت کی شکایت کر بیٹھتے ہیں باریک بینی تصحیح کی عمدگی کی ضامن ہے۔

تصحیح کے مروج طریقے

دنیابھر میں پروف ریڈنگ کے لیے علامات مستعمل ہیں جو پروف ریڈنگ مارکس Proof Reading Marks یا پروف ریڈنگ سمبلس Sybols Proof Reading کہلاتے ہیں۔ ان علامات کے ذریعے یہ اشارہ دیا جاتا ہے کہ کمپوز شدہ یا تحریر مواد میں کیا نقائص ہیں اور انہیں کس طرح دور کیا جائے یا کیسے ان کی صحیح صورت اختیار کی جائے۔

عام طور سے علامات کسی رنگین پنسل سے یا رنگین بال پائنٹ پین سے لگائے جاتے ہیں۔ چونکہ عام کتابت شدہ کاپی زرد رنگ کی ہوتی ہے اور کتابت کی روشنائی زعفرانی رنگ کی، اردو کاپیوں پر کسی معمولی سرمے کے قلم سے بھی تصحیح کا کام ہوسکتا ہے۔ چونکہ آسیٹ کی کتابت کے لیے عموماً کالی روشنائی استعمال ہوتی ہے اس لیے تصحیح کے لیے سبز یا سرخ رنگ استعمال ہوتو بہتر ہے۔ کتابت شدہ کاپی کی تصحیح کرتے وقت یہ خیال ضرور رکھنا چاہیے کہ کاپی میلی نہ ہو، پروف دیکھنے کے بیشتر استعمال ہونے والے علامات حسب ذیل ہیں:

علامت	مطلب
S	نکال دیا جائے، کاٹ دیا جائے۔
P	نیا پیراگرف شروع کیا جائے۔
*	لفظ یا حرف واضح نہیں ہے یا غلط ہے۔

-/	چھوٹی ڈیاش لگائی جائے
/و	کاما درج کیا جائے۔
O	نکتہ یا فل اسٹاپ یا وقفہ ضروری ہے۔
علامت	مطلب
	اشارہ شدہ جگہ پر لفظ بڑھایا جائے۔
Stet	جیسا ہے ویسے ہی رہنے دیا جائے۔
#	الفاظ کے درمیان کچھ جگہ چھوڑی جائے۔
	جگہ کافی وسیع ہے، اسے ختم کیا جائے۔
	الفاظ ادھر کے ادھر کیے جائیں۔
[	مواد بائیں طرف کرلیا جائے۔
]	مواد دائیں طرف کرلیا جائے۔
	مواد تھوڑا نیچے کیا جائیے۔
	مواد تھوڑا اوپر کیا جائے۔
( )	قوسین یعنی بریکٹ لگائیں جائیں۔
‘‘ ’’	واوین لگائے جائیں۔

جن علامات کو تصحیح کرنے والے استعمال کرتے ہیں ان سے متعلقہ دفتر کے کاتب صاحبان اچھی طرح واقف رہیں۔ انگریزی اور دیگر ٹائپ سے طبع ہونے

والے اخبارات میں کم وبیش یہی علامات تصحیح کے کام میں استعمال کیے جاتے ہیں۔
تمام غلط مواد کی نشان دہی حاشیہ پر کی جائے۔کاتبوں کو ہدایت دی جائے۔کہ وہ تصحیح کے لیے ہر سطر پر نظر رکھیں۔جو تصحیح مطلوبہ ہے کہ اگر ان کی سمجھ میں نہ آئے تو اسے نظر انداز کر دینے کے بجائے متعلقہ مصحح سے دریافت کر کے ضروری تصحیح کرنے کی درخواست کی جائے۔اگر غلطیاں بے شمار ہوگئی ہیں تو مصحح ایک علاحدہ کاغذ پر سلسلہ وار غلطیوں کی تفصیل تحریر کر دیں۔ایسا کرتے وقت ''اغلاط نامہ'' میں صفحہ نمبر، پیراگراف نمبر، سطر نمبر وغیرہ اشارات صاف صاف لکھیں تاکہ کاتب یکے بعد دیگر تمام نشان زدہ الفاظ کی تصحیح کرے۔اگر کوئی سطر یا پیراگراف ہی غائب ہو تو ایک علاحدہ کاغذ پر حذف شدہ مواد کو دوبارہ لکھ دیں اور کاتب کے حوالے کریں تاکہ وہ ضروری مواد موزوں جگہ درج کر دیں۔تصحیح کا کام خاص طور سر روزنامہ اخبار سے دفتر میں تیز رفتاری سے ہونا ضروری ہے۔کاتبوں سے تصحیح کروانا ایک مشکل اور نازک کام ہے بڑی نامی اور مشفقانہ رویہ سے کام لینا چاہیے۔تصحیح شدہ کاپی پر ایک چھوٹا دستخط Initial کرنا ضروری ہے تاکہ اندازہ ہو کہ کس نے آخری تصحیح شدہ کاپی کی طباعت کی منظوری دی تھی۔

خبروں کو سنوارنے کی ترکیبیں

کسی بھی خبر کو زیادہ بہتر طریقہ پر پیش کرنے میں زبان کا بہت بڑا حصہ ہوتا ہے ۔صحافی کو زبان پر قدرت ہو تو تحریر میں ندرت پیدا کی جا سکتی ہے ۔صحیح لفظ صحیح جگہ استعمال ہو تو معنی خیزی میں اضافہ ہوتا ہے ۔صحافی کے پاس الفاظ کا جتنا بڑا خزانہ ہو گا وہ اتنی ہی آسانی اور کامیابی سے اس میدان میں اپنا رنگ جما سکے گا۔ عامیانہ ناولوں میں یا چند مغربی فلموں میں بلکہ کچھ ہندوستانی فلموں میں بھی صحافی کارگزاریوں کا کچھ غلط ہی عکس پیش کیا گیا ہے ۔حقیقت میں صحافی کی زندگی اداکاری نہیں بلکہ عقل و دانش کا معقول ترین استعمال طلب کرتی ہے ۔صحافی ڈھونگ رچا کر کامیابی حاصل نہیں کر سکتا بلکہ اپنے جوہر کا مناسب اظہار کر کے ہی قارئین اور مکان اخبار کو متاثر کر سکتا ہے ۔

نامہ نگار خبروں کے ڈھانچے مہیا کر دیتے ہیں ۔ ان میں گوشت پوست بھر کر اچھی طرح سے پیش کرنے میں مدیران یا نائب مدیران کو ایک صحیح کردار ادا کرنا ہوتا ہے ۔ ہر خوب چیز ہمیشہ خوب تر بنائی جا سکتی ہے کیونکہ ایسی عمدگی کا امکان ہمیشہ موجود رہتا ہے ۔

ماضی قریب میں تعلیم کی مسلسل ترقی ہوئی ہے اور لوگ بہتر معلومات سے لیس ہیں ۔علمی معیار میں اضافہ صحافیوں کے لیے ایک للکار ہے ۔ آج کا ہر قاری بہتر زبان بہتر تدوین اور بہتر پیش کش کا نہ صرف شائق ہے بلکہ متلاشی ہے ۔

تحریر کی بھی کئی اقسام ہیں ۔کوئی نثری نظم لکھتا ہے،کوئی نظم لکھتے ہوئے بھی نثر کا

لہجہ برقرار رکھتا ہے دفتری خط و کتابت کا لب و لہجہ جداگانہ ہوتا ہے ۔ عدالتی کارروائیوں یعنی قانونی زبان کی ایک خصوصیت جو ''لیگلیز'' Legalese کہلاتی ہے۔اسی طرح صحافتی زبان کا بھی ایک قرینہ ہوتا ہے جسے انگریزی میں ''جرنلیز'' Journalese کہتے ہیں ۔یعنی اس طرز تحریر میں ایک خاص رنگ جھلکتا ہے۔اس کی خاص اصطلاحیں ہوتی ہیں،بعض عام استعمال ہونے والے جملے ہوتے ہیں، مثلاً''معتبر ذرائع سے پتہ چلا ہے کہ''''باوثوق حلقوں کا کہنا ہے کہ''''باوجود کوشش کے مزید تفصیلات نہیں مل سکیں''''پولیس کی تفتیش جاری ہے''''جرم رنگے ہاتھوں پکڑ گیا''''حکومت کے ایک ترجمان کے مطابق.........وغیرہ۔یعنی صحافتی رنگ میں ایسی زبان مستعمل نہیں ہوتی جو عموماً تحقیقی مقالوں میں،شاعری میں،افسانوں میں یا ناولوں میں استعمال ہوتی ہے۔صحافتی زبان میں ہمیشہ یہ کوشش رہتی ہے کہ ثقیل الفاظ استعمال نہ ہوں اور ایسے تکنیکی اصطلاحات شامل نہ ہوں جو عام قارئین کی فہم سے بالاتر ہوں۔

متاثر کن تحریر کی بنیادی صفت وضاحت ہے ۔ جو بھی بات ضبط تحریر میں لائی جائے ۔وہ غیر مبہم ہو اور بہت ہی آسانی سے سمجھ میں آ سکے۔اخباری تحریر یقینی، قطعی اور صاف وشفاف ہو تو پڑھنے والوں کو بھلی لگتی ہے۔اگر اطلاع بے ربط ہو یا الفاظ عجیب جوڑ توڑ کے ہوں یا جملے سیدھے سادے نہ ہوں تو پڑھنے والوں کی جھنجھلاہٹ کا باعث ہوتے ہیں۔صحافت کا عین مقصد اطلاعات کی تشہیر ہے۔جو بھی بات ہو وہ منتخب میں بے داغ طور پر تحریر کی جائے۔تاکہ قاری بغیر کسی خاص دقت یا محنت یا

پریشانی کے وہ بات ذہن نشین کر سکے۔

خبر کو سنوارنے کے لیے ضروری ہے کہ ہر اہم تفصیل فراہم کی جائے۔ ایسا کرنے سے خبر کی نارو پود بھی عمدہ ہوتی ہے۔ قاری محسوس کرے کہ لکھنے والے نے اسے کیا بات سمجھانے کی سعی کی ہے۔ قاری کو ایسا لگے جیسے کوئی بول رہا ہے اور وہ سن رہا ہے یا کوئی منظر اس کے سامنے واضح ہو رہا ہے اور وہ غور سے دیکھ رہا ہے۔ وہ ایسے محسوس کرے جیسے کوئی خوشبو دار یا بدبو دار شئے اس کے سامنے آ گئی ہے اور وہ لامحالہ اسے سونگھ رہا ہے۔ قاری کا احساس جگالنے والی خبر '' کامیاب خبر'' سمجھی جاتی ہے۔

اختصار سے جو بھی بات بیان کی جاتی ہے وہ حسین اور دل پسند ہوتی ہے۔ غیر ضروری باتوں کو کاٹ کر اہم ترین باتوں کو جامع اور مختصر طریقہ پر پیش کرنا ایک فن ہے بات فعل معروف میں یعنی Acieve Voice میں کہی جائے تو زیادہ اثر پذیر ہوتی ہے۔ فعل مجہول میں یعنی Passive Voice میں کہی جانے والی بات میں زیادہ اثر نہیں پایا جاتا۔

ایک ہی سطر میں کئی الفاظ استعمال کر کے قاری کے ذہن پر بوجھ نہ ڈالا جائے۔ لمبی سطر میں نظر پر بھی بار ہوتی ہیں اور سمجھ پر بھی۔ ماہرین کا مشورہ ہے کہ سطر کم سے کم الفاظ ہوں۔ بعض ماہرین کی رائے میں کسی ایک سطر میں زیادہ سے زیادہ اٹھارہ الفاظ ہوں۔ اسی طرح پیراگراف کو بھی کافی مختصر رکھا جائے۔ ایک ہی سطر میں یا ایک ہی پیراگراف میں زیادہ سے زیادہ مواد ''ٹھونسنے'' کی عادت ترک کر دینی

چاہیے۔تحریر میں بوکھلاہٹ نہ ہو۔صحافتی مواد کبھی بھی قاری کو پراگندی میں مبتلا نہ کرے۔

جس طرح موسیقی میں ایک رفتار ہوتی ہے،ایک لے ہوتی ہے اور حرکت کا طرز ہوتا ہے بالکل اسی طرح اخباری تحریر میں بھی ایک ''ال'' ہو۔جو بھی بات لکھی جائے اس میں تازگی اور شگفتگی ہو۔ہر صحافتی تحریر میں وجدانی صیلاحیت عیاں رہے۔ہر تحریر میں چسکا ہو اور عوام ذوق سے اور شوق سے پڑھ کر محظوظ ہوں۔کسی کے کہے ہوئے یا لکھے ہوئے فقروں کو زیادہ احتیاط کے ساتھ ''واوین'' Quotation میں دیا جائے۔حد درجہ توصیفی کلمات سے احتراز کیا جائے۔عام قاری غیر ضروری مدح کو اچھی نظروں سے نہیں دیکھتے۔

تلخیص

تلخیص کا مطلب کسی مضمون کو اختصار کے ساتھ لکھنا ہے۔یعنی تلخیص کا عین مقصد کسی تحریر کا خلاصہ پیش کرنا ہے۔تلخیص کا منشا کسی بھی مسودہ کا لب لباب بیان کرنا ہے۔جہاں تک ممکن ہو،مختصر کے ساتھ ساتھ خلاصہ جامع بھی ہو۔طویل بات حد درجہ اختصار کے ساتھ لکھی جائے۔تلخیص نگاری ایک ایسی کوشش ہے جسے میں طوالت یا غیر ضروری تفصیلات سے پہلو بچاتے ہوئے بات عجلت میں تو لکھی جاتی ہے مگر جامعیت،معنویت اور کاملیت سے غفلت نہیں برتی جاتی۔فہم ادراک سے الفاظ کی تعداد میں کمی لائی جاتی ہے۔کم سے کم الفاظ کے استعمال سے وہی مقصد

واضح کرنے کی کوشش ہوتی ہے جو اصل مضمون میں زیادہ سے زیادہ الفاظ میں موجود ہے۔ شرط یہ ہوتی ہے کہ خلاصہ روشن ہو۔ اسلوب بیان میں تابانی ہو۔ ہر نکتہ صاف ہو اور حاصل بیان واضح ہو۔ تلخیص کے دوران مضومن کی اصل روح مجروح نہ ہو۔ پڑھنے والا خلاصہ پڑھ کر اصل مضمون کے مدعا سے بخوبی واضح ہو جائے، کسی بھی حالت میں اصل مضمون کا مطلب زائل نہ ہونے پائے۔ اصل مضمون کا اصل مطلب الفاظ کی تخفیف کے باوجود برقرار رہے۔ اصل مضمون نگار کے خیالات کے اظہار میں کوئی نمایاں فرق محسوس نہ ہو۔ خلاصہ ہرگز مہمل نہ ہو۔ تلخیص نگاری کے دوران نئے قالب میں کسی قسم کا ابہام پیدا نہ ہو، ہر بات واضح اور جھول سے پاک رہے، کوئی پہلو مشکوک نہ رہ جائے، کوئی بات گنجلک نہ ہونے پائے۔

تلخیص نگاری کو شرح نگاری یا توضیح نگاری سمجھ لینا سراسر غلط ہے۔ خلاصہ تحریر کرنے والا مفسر نہیں ہوتا بلکہ وہ صرف اختصار نویسی کی ذمہ داری نبھانے کی ہر ممکنہ سعی کرتا ہے۔ یہ توضیحی عمل نہیں بلکہ زیادہ صحیح معنوں میں تخفیفی عمل ہے۔ یہاں مضمون کو کوتاہ کیا جاتا ہے، عبارت چھوٹی کی جاتی ہے۔ تھوڑے الفاظ میں زیادہ سے زیادہ مطلب ادا کرنے کی کوشش ہوتی ہے۔

تلخیص نگاری بذات خود ایک باقاعدہ فن ہے جسے انگریزی میں Precis Writing کہا جاتا ہے۔ فوقانیہ مدارس میں انگریزی کی تعلیم حاصل کرنے والوں کو اس کی مشق کرائی جاتی ہے۔ صحافیوں کے لیے اس فن میں مہارت کافی مفید اور معاون ثابت ہوتی ہے۔

کسی مضمون کی تشریح کی جاتی ہے تو مضمون اصل مضمون سے بھی کافی لمبا ہو سکتا ہے۔ کسی بھی بات کی تفسیر بیان کرنے کے لیے زیادہ سے زیادہ الفاظ اور توضیحات کی اہمیت ہوتی ہے، تلمیحات کی ضرورت ہوتی ہے مگر تلخیص نگاری کی سب سے پہلی شرط یہ ہے کہ مضمون پوری کوشش سے چھوٹا کیا جائے اور تحریر گٹھی ہوئی ہو۔

تلخیص نگاری میں عام طور سے یہ اصول مدنظر رکھا جاتا ہے کہ خلاصہ اصل مضمون سے ایک تہائی ہو۔ ضروری نہیں کہ تین سو الفاظ پر مشتمل ایک مضمون بالکل ٹھیک ایک سو الفاظ ہی میں مختصر کیا جائے۔ اس مقدار میں کچھ کم و بیش ہو تو مضائقہ نہیں ہے تلخیص نوے الفاظ میں بھی ہو جائے تو ٹھیک ہے اور اتفاق سے ایک سو دس الفاظ لگ جائیں تو بھی گھبرانے کی چنداں ضرورت نہیں۔ کیونکہ ہر مصنف کا طرز تحریر جدا ہوتا ہے اور ہر تلخیص نگار کا طریقہ بھی اپنی علاحدہ نوعیت کا ہوتا ہے۔ موزوں الفاظ کے استعمال کی وجہ سے ایک تہائی کی شرط میں تھوڑا بہت فرق ہو جائے تو گھبرانے کی کوئی بات نہیں۔ اصل مضمون غور سے پڑھا جائے بلکہ وقت اجازت دے تو بار بار پڑھا جائے تا کہ اہم ترین نکات اچھی طرح ذہن نشین ہو جائے۔ اصل مضمون کا گہرا مطالعہ کامیاب خلاصہ نویسی کی پہلی منزل ہے۔

عام قاری سرسری طور پر ہی اخبار اور رسائل کا مطالعہ کرتا ہے۔ وہ ہر سطر اور ہر جملہ کی گہرائی میں نہیں جاتا۔ مگر خلاصہ نویس کو ایسا سرسری مطاعلہ مددگار ثابت نہیں ہوگا۔ ضرورت ہے کہ اصل مضمون پوری رغبت، شوق اور عمیق توجہ سے پڑھا جائے۔ مضمون کافی لمبا بھی ہے تو کامل طور سے ایک بار پڑھا جائے اور پھر پیراگراف بہ پیرا

گراف اور سطر بہ سطر پڑھا جائے تاکہ مفہوم اور اسلوب کا حتی الامکان صحیح اندازہ ہو جائے۔ بہتر عادت یہ ہو کہ پڑھتے وقت اہم نکات علاحدہ کاغذ پر نوٹ کر لیے جائیں یا اصل مضمون میں اہم ترین الفاظ یا عبارتوں کو خط کشیدہ یعنے Underline یا Underscore کرلیا جائے۔ یادداشت عمدہ ہو تو خلاصہ نویسی کا کام زیادہ سہل اور کامل ہوتا ہے۔ کسی موضوع یا مضمون کے مرکزی خیال کا جلد پتہ لگ جائے تو تلخیص کا عمل تیز رفتار اور آرام دہ ہو جاتا ہے۔

تلخیص نگاری کے لیے انہماک کی اشد ضرورت ہے۔ جب تک پوری توجہ نہ برتی جائے خلاصہ تیار نہیں ہوتا۔ بے پرواہی سے کام نہیں چل گا ے۔ خلاصہ نویسی انشاء پردازی کی بھی ایک بہترین شق ہے۔ اس کے ذریعے کسی بھی بات کو بین طریقہ پر قطع برید کے ساتھ اور موثر انداز میں کہنے کا بہت اچھا موقعہ ملتا ہے ۔ خلاصہ نویسی میں مصروف رہنے سے خیالات مجمع رہتے ہیں۔ تحریر میں ندرت اور بشاشت پیدا ہوتی ہے۔ تحریر قوی، کارگر اور شگفتہ بن جاتی ہے تحریر میں تسلسل برقرار رہتا ہے، فضول تفصیلات غائب ہو جاتی ہیں۔ صحیح لفظ نگینہ کی طرح مناسب جگہ جڑ جاتا ہے۔

جو مفہوم ایک غیر تربیت یافتہ یا ناتجربہ کار صحافی تین کالموں میں بیان کرسکتا ہے ۔ وہی مفہوم ایک مشتاق اور ذمہ دار صحافی بڑی آسانی سے صرف ایک کالم میں لکھ سکتا ہے۔ اسی طرح جو خبر ایک سو الفاظ میں دی جاتی ہے وہ ذراسی کتر بیونت سے پوری مقصدیت کے ساتھ تیس پینتیس الفاظ میں سموئی جاسکتی ہے۔

تلخیص نگاری سخت ترین حدود میں رہ کر کی جاتی ہے۔مگر ذرا سی سعی سے ہر مضمون کم ہگر دم خم والا بن جاتا ہے۔عبارت لچکدار اور مزے دار بنائی جا سکتی ہے۔ مضمون میں ترسیل کی طاقت جاگ جاتی ہے۔ چست الفاظ کی مدد سے خبر چاق و چوبند اور کمال درجہ جاندار ہو جاتی ہے۔ کہتے ہیں کہ اختصار ہی میں ایک خصوصی حسن پایا جاتا ہے۔خلاصہ نویسی صرف صحافت ہی میں نہیں بلکہ ہر شعبہ حیات میں ایک مفید اور معاون عمل ہے۔

ترجمہ

ترجمہ کے بارے میں مشہور انگریزی ادیب ڈاکٹر جانسن کا مقولہ ہے کہ: ''ترجمہ کسی بھی خیال کا ایک زبان سے دوسری زبان میں انتقال ہے جس سے مفہوم میں کوئی تبدیل نہ ہو۔''

ترجمہ کرتے وقت اس بات کا خصوصی لحاظ رکھنا ضروری ہے کہ اصل مسودہ کا معنی اور مطلب زائل نہ ہو۔ وہی مترجم کامیاب کہلائے گا جو ایک زبان کا مسودہ دوسری زبان میں منتقل کرتے وقت اصل عندیہ محفوظ رکھے۔اصل مضمون کے شعور میں کوئی فرق نہ آئے۔ مصنف یا شاعر یا ادیب یا نقاد کا احساس ترجمہ میں جوں کا توں رہے، اس میں کوئی بنیادی فرق نہ آئے، ادراک صحیح سلامت رہے۔اصل متن کی روح حتی الامکان ''ترجمہ'' میں باقی رکھی جائے۔ایک زبان سے دوسری زبان میں کسی سطر یا کسی پیراگراف کو بدلتے وقت یہ سعی کی جائے کہ کسی بھی لفظ کا

مناسب ترین اور معقول ترین متبادل لفظ ٹھیک طور پر استعمال ہو رہا ہے۔ اگر لفظ کا استعمال صحیح ہوتا ہے تو ترجمہ واقعی کامیاب ہوتا ہے۔

علم لسانیات Linguistics کے ماہرین نے ترجمہ کے میدان میں کئی اعلا سطحی تحقیقوں سے فن ترجمہ کو کافی نکھارا اور بلند پایہ بنایا ہے۔ آج کل ترجمہ کے فن کے متعدد پہلوؤں پر معیاری کتابیں کافی تعداد میں ملتی ہیں جس میں اس فن کے متعدد مسائل پر سیر حاصل اور مفید بحث ملتی ہے۔ ترجمہ کے خصوصی تربیتی کورس آج کل کئی ہندوستانی یونیورسٹیوں میں جاری ...... ہیں۔ باقاعدہ تعلیم و تربیت کے بعد ڈپلوما عطا کیے جاتے ہیں۔ طرح طرح کے تجربات کے بعد ترجمہ کو ایک باضابطہ علم وفن کا مؤقر درجہ عطا ہوا ہے۔ ترجمے کے مختلف مراحل پر گہرے جائزے لیے گئے ہیں اور کئی بین اللسانی مسائل کے حل تلاش کر لیے گئے ہیں۔ سائنسی اور تکنیکی بنیادوں پر ترجمہ کی کوشش کو منضبط، معقول اور مؤثر بنانے کی مساعی کا سلسلہ جاری ہے۔ بیشتر زبانوں کے شعری ادب کے منظوم ترجموں کی کوشش میں بھی خاطر خواہ کامیابی ہوئی ہے۔ ترقی یافتہ ممالک میں ترجمہ کا کام جدید کمپیوٹروں کے ذریعہ ہو رہا ہے۔ مختلف النوع برقیاتی مشینوں سے زبانی اور تحریری دونوں ترجمے ہو رہے ہیں۔

لفظ بہ لفظ یا لفظی ترجمہ اتنا سہل نہیں ہے کہ جتنا کہ عام طور پر سمجھ لیا گیا ہے۔ ماہر مترجمین اتنی مستعدی، دل بستگی اور محنت شاقہ سے ترجمہ نگاری کرتے ہیں بعض دفعہ ان کے تراجم کی شستگی خوبصورتی اور مملیت پر بے اختیار داد دینے کو جی چاہتا ہے۔ کبھی کبھی تو ایسا محسوس ہوتا ہے کہ مترجم نے اصل مسودوں سے زیادہ دل آویز ترجمہ

سے مواد کو توانائی، دلکشی اور شگفتگی بخش دی ہے۔

اکثر و بیشتر ترجمہ کرتے وقت سطروں اور پیراگرافوں کی ترتیب بدل جاتی ہے مگر مترجموں کی کوشش یہی ہوتی ہے کہ اصل مصنف کے احساسات اور جذبات کی ''ترجمہ'' میں بالکل صحیح تصویر اتر جائے۔ وہی مترجم ایک قابل اور کامران مترجم سمجھا جائے گا۔ جس میں اصل متن سے دیانت دارانہ طور پر قابل اعتبار ترجمہ کرنے کی پوری اہلیت، قابلیت اور صلاحیت بدرجہ اتم موجود ہے۔

ترجمہ کی اہمیت نہ صرف قاری کے لیے بلکہ خود مترجم کے لیے بھی خاصی ہوتی ہے۔ ترجمے کے ذریعے علامات یا نشانات ایک زبان سے دوسری زبان میں نقل ہوتے ہیں، اور ایسا کرتے وقت مضمون میں موجود ''روح'' کو حتی الامکان زائل ہونے نہیں رہا کرتی۔ الفاظ کی بحالی شرط ہے۔ الفاظ اور خیالات کی سمجھ بوجھ ہر کسی میں یکساں نہیں رہا کرتی۔ الفاظ اور انداز فکر سے ہر جگہ ہر ماحول میں ایک بالکل جدا اور نیا اثر پیدا ہوتا ہے۔ کسی بھی مترجم کے لیے اصل مضمون کو صحیح طور پر گہرائی کے ساتھ سمجھنا لازمی ہوتا ہے تاکہ اسے پوری نفاست اور امانت سے دوسری زبان کے علامات (رسم الخط) میں ڈھال کر دیگر زبانوں کے جاننے والوں کی سہولت کے لیے پیش کیا جا سکے۔

ترجمہ کے لیے اولین ضرورت فہم و ادراک کی ہوتی ہے جسے انگریزی میں Comprehension کہا جاتا ہے یعنی جس زبان میں اصل مضمون ہے اسے عمق کے ساتھ جاننے اور پہچاننے پر زور دیا جاتا ہے۔ صاف الفاظ میں یہی کہا جا سکتا ہے

کہ ''جو بات سمجھی جائے گی وہ آسانی سے سمجھائی جا سکے گی'' اگر بد قسمتی سے کسی ترجمہ کرنے والے کو اصل مضمون کے مفہوم کے کما حقہ، آگاہی نہیں ہوئی ہے تو ظاہر ہے کہ وہ دیگر زبان میں اسی مفہوم کو صحیح طور سے سمجھانے میں ناکام رہ جائے گا۔ خبر ہو یا افسانہ، مقولہ ہو یا ناول، غزل ہو یا قانونی دستاویز، اصول ہو یا لطیفہ کسی بھی مترجم کا یہ فرض ہوتا ہے کہ وہ اصل عبارت یا کتاب کو جانے پہچانے، سمجھے، کھنگالے، بار بار پڑھے اور اچھی طرح اطمینان کر لے کہ وہ متن کی روح سے اچھی طرح متعارف ہو گیا ہے۔ اس عمل میں وہ پوری صداقت امانت، شرافت اور صراحت سے کام لے۔ ذرا سی غفلت سے غلط بیانی ہو جائے تو کئی غلط فہمیاں پیدا ہو سکتی ہیں، معاملات سنگین صورت اختیار کر سکتے ہیں۔ غلط ترجمہ کی تشہیر ہو، طعن تشنیع ہو تو پشیمانی کے ساتھ پریشانی کا بھی سامنا کرنا پڑ جائے گا۔

کسی بھی مضمون کا ایک خصوصی سیاق وسباق یعنی Context ہوتا ہے اور سیاق عبارت ہی کی مدد سے مترجم کسی بھی مضمون سے پورا انصاف کر سکتا ہے۔ کسی بھی مضمون کے سرے جوڑنے کے لیے یا تسلسل سمجھنے کے لیے مترجم کا ہر جملہ کو واضح اور پر فہم طور پر لکھنا ضروری ہے۔ ہر ''علامت'' کا ایک ''مطلب'' ہوتا ہے اور ہر ''نشان'' کی ایک لسانی اہمیت ہوا کرتی ہے۔ ترجمہ نویسی ایک بڑی ذمہ داری ہے۔ یہ ایک ہنر ہے جس کے تمام اصولوں کی پابندی لازمی ہے۔

اخبار کے دفتر میں نہ صرف ترجمہ کا صحیح ہونا ضروری ہے بلکہ تیز رفتاری سے ہونا مزید ضروری ہے۔ جیسے جیسے خبریں آتی رہتی ہیں نائب مدیر کو جلد از جلد اپنی زبان

میں میں ڈھالنی ہوتی ہیں۔ عجلت کی وجہ سے صحت کو قربان نہیں کیا جا سکتا۔ ترجمہ جلدی بھی ہو اور عمدہ ہو۔ یہ بات بار بار دہرائے جانے کے قابل ہے کہ اخبارات میں عام فہم الفاظ کو ترجیح دی جائے، ثقیل الفاظ سے احتراز کیا جائے۔۔ اخبار میں خالص ادبی، غیر مانوس، دقیق اور انتہائی تکنیکی الفاظ سے پرہیز کرنا چاہیے۔ روزنامہ اخبار یافت روزہ جریدہ، ادبا، شعراء، اعلا افسران اور دانشوروں کے لیے تیار نہیں کیا جاتا۔ ایک اوسط علمی قابلت رکھنے والے عام قاری کو ذہن میں رکھ کر خبر اور اخبار کی تدوین کرنی ہوتی ہے۔ اخبار کو زیادہ پسندیدہ اور مفید بنانے کے لیے ترجمہ میں عام طور پر مقبول، مانوس اور سہل الفاظ اور استعمال ایک خوشگوار اثر چھوڑے گا۔ عام بول چال میں استعمال ہونے والے زبان ہوت واعلا تعلیم یافتہ لوگ، معمولی علمی استطاعت والے لوگ اور طلبہ یکساں استفادہ کرسکیں گے۔ اخبار مزدور بھی پڑھتے ہیں اور اساتذہ بھی، معمولی تعلیم والی، واتین بھی پڑھتی ہیں اور قلم کار بھی، بہر حال ترجمہ میں عنوان اور موضوع کی موزونیت کے ساتھ ہی زبان کی فہم اور عام قبولیت کا لحاظ رکھنا بہت ضروری ہے۔ اگر ترجمہ میں سر سراپن یا عامیانہ پن چھا جائے تو مقصد کی برآوری نہیں ہوتی۔ مترجم کی اہم ترین اور مقدس ذمہ داری اصل مقصد کی صحیح ترسیل ہے۔ اس منشاء کے حصول کے لیے مترجم وہی راہ اپنائے جو معتبر اور سہل ہو۔

حصہ دوم

نامہ نگاری

باب 5

نامہ نگاری کی اہمیت

نامہ نگاری ایک عظیم فن ہے۔ اسے ہم ایک دستکاری بھی کہہ سکتے ہیں۔ نامہ نگاری ایک ایسا ہنر ہے جس میں کئی پابندیاں بھی ہیں اور کئی آزادیاں بھی۔ اسے طور طریقوں ضابطوں تخلیقی قوتوں، افکار اور تجربوں کا ایک حسین و دلکش مجموعہ بھی کہا جا سکتا ہے۔ نامہ نگاری ایک شوق بھی ہے اور ایک باقاعدہ ذریعہ روزگار بھی۔ یہ ایک بااصول شعبہ عمل ہے جس میں تجربوں کا نچوڑ بھی ملتا ہے اور جدت طرازی کے لامحدود مواقع بھی نصیب ہوتے ہیں قابلیت، اہلیت اور صلاحیت کا معقول استعمال کر کے نامہ نگاری میں ملیت حاصل کی جا سکتی ہے۔

نامہ نگاری ایک ایسا فن ہے جو عملی میدان میں نکھر سکتا ہے۔ کتابوں اور کالجوں کے ذریعہ بھی اس فن کے اصول پڑھائے اور سکھائے جاتے ہیں۔ اظہار خیال کا بھی یہ نہایت موثر وسیہ ہے۔ کسی بھی خبر کو تحریری قالب میں ڈھالنے میں نامہ نگار کی قلمی قوتوں کا استعمال ہوتا ہے۔ بے پرواہ اور کاہل نامہ نگار کا خبر کو سرسری طور پر لکھ کر اپنی ذمہ داری سے سبکدوش ہو سکتا ہے جبکہ ایک بیدار اور محنتی نامہ نگار کسی بھی خبر کو بہتر سے بہتر طریقہ سے پیش کر کے نہ صرف اپنا فرض ادا کر سکتا ہے۔ بلکہ خراج تحسین بھی وصول کر سکتا ہے۔ نامہ نگاری کے لیے وسیع النظری، ایک خصوصی ذوق،

رغبت اور ذہنی بیداری ضروری ہے۔ سمجھ بوجھ، دلچسپی، مشقت، دیانتداری، اور خلوص کے ساتھ کوئی بھی نامہ نگار اپنی ذمہ داریاں بحسن وخوبی انجام دے سکتا ہے۔ اس میدان عمل میں جوش بھی چاہیے اور ہوش بھی۔ نامہ نگار کو صحافت کے لیے اپنے آپ کو وقف کر دینا ضروری ہے۔ صحافت سے والہانہ عقیدت کے جذبے سے ہی نامہ نگاری میں چمک دمک اور گہرائیت لائی جا سکتی ہے۔ حساس انسان ایک عمدہ نامہ نگار بن سکتا ہے۔ ہر نامہ نگار کے لیے صحافت کے تقدس کا خیال رکھنا ضروری ہے۔ اگر توجہ، سنجیدگی، وفاداری اور لگن سے نامہ نگاری سنبھالی جائے تو توقعات سے زیادہ کامیابی حاصل ہو سکتی ہے۔ گزشتہ دو صدیوں میں نامہ نگاری کے طور پر طریقوں میں کئی زبردست تبدیلیاں رونما ہوئی ہیں۔ اس صحافتی مصروفیت کے بارے میں کافی تحقیقی کام ہوا ہے۔ نامہ نگاری سے متعلق کئی جائزے کتابی صورت میں شائع ہو چکے ہیں اور مسلسل منظر عام سے آ رہے ہیں، ایسے تحقیقی جائزوں سے بھی استفادہ کیا جا سکتا ہے۔ امریکہ اور انگلینڈ میں نامہ نگاری کے فن پر متعدد مستند اور معتبر کتابیں شائع ہوئی ہیں جن کے مطالعہ سے اس دلچسپ فن کے کئی معلومات اور نامعلوم پہلوں اور روشنی ڈالی گئی ہے۔ کئی کامیاب اور انعام یافتہ عالمگیر طور پر مشہور نامہ نگاروں نے اپنے وسیع تجربات بھی قلمبند کر کے آئندہ نسلوں کی رہنماء کی ہے۔ بہترین اور یادگار اخباری رپورٹوں کے انتخابی مجموعے بھی شائع ہوئے ہیں جس سے نامہ نگاروں کی نئی نسل کو کافی ہدایت ملتی ہے۔ بہترین انامہ نگاروں کو انعامات اور بین الاقوامی اعزازت سے نوازنے کا سلسلہ بھی جاری ہے۔ خود

ہندوستان میں مختلف موقر اداروں کی جانب سے نامہ نگاروں کی حوصلہ افزائی کے لیے کئی انعامات دیے جارہے ۔ایسے انعامات زیادہ تر تحقیقی نامہ نگاری،قومی ترقیاتی سرگرمیوں کی نامہ نگاری، دیہی امور کی نامہ نگاری، جرائم کی نامہ نگاری اور کھیل کود کی نامہ نگاری وغیرہ مخصوص اور جدت پسند نامہ نگاری کے کارناموں کے لیے مختص ہیں۔

نامہ نگاری ایک ایسا دلچسپ فن ہے جس کی کوئی ''انتہا'' نہیں ہے۔ یہ ایک ایسا لامحدود اور وسیع عملی میدان ہے جس میں تجربات کرنے اور بے نظیر کامیابی حاصل کرنے کے مواقع ہمیشہ موجود رہے ہیں اور رہیں گے۔ یہ ایسا فن ہے کہ جو لمحہ بہ لمحہ نئی وسعتوں سے ہمکنار ہوتا رہتا ہے۔ اس میں ''حرف آخر'' نام کی کوئی چیز نہیں ہے۔ ماضی اور حال سے بڑھ کر مستقبل میں اچھے نامہ نگاروں کے لیے بے شمار مواقع ہیں۔ نامہ نگاری کے گہری دلچسپی رکھنے والے احباب اس عملی میدان میں بہتری کی ہر ممکن کوشش کرسکتے ہیں۔ جب تک دنیا قائم ہے نامہ نگار کی مصروفیت نہ صرف باقی رہے گی بلکہ اس میں روز افزوں اضافہ ہوتا رہے گا۔ آج کل تو یہ حال ہے کہ دنیا تو دنیا لوگ ستاروں سے آگے کے جہانوں کی خبریں پڑھنے کے دل دادہ ہیں۔ خلائی سفر کی خبریں بھی اخبارات کے صفحات کی زینت بن رہی ہیں۔ چاند کا حال تو لوگ جان ہی چکے ہیں، اب دیگر سیاروں کے حالات جاننے کے لیے بھی لوگ بے چین رہتے ہیں۔ جب تک کرہ ارض پر انسان باقی ہیں نامہ نگاری کا عمل مسلسل اور مزید تیز رفتاری سے جاری اور ساری رہے گا۔ نامہ نگاری کی فنکارانہ اہمیت، وقعت اور عظمت تا ابد قایم رہے گی۔

خبر ہر حال میں خبر رہتی ہے اور وہ نامہ نگار کی وساطت ہی سے خبر رساں ایجنسی یا اخبار تک پہنچتی ہے ۔بغیر نامہ نگار کی خدمت یا مداخلت یا مراسلت کے خبر کسی بھی اخبار یا ریڈیو یا ٹیلی ویژن مرکز تک نہیں پہنچتی ۔یعنی خبر کی ترسیل بغیر نامہ نگار کے ناممکن ہے۔ برقی آلات کتنی بھی ترقی کیوں نہ کریں نامہ نا نگار کی کی ضرورت ہمیشہ باقی رہے گی ۔جدید تکنیکی آلات اور برقی تیز رفتار مشینیں الفاظ کی مراسلت میں معاون رہیں گی مگر خبروں کی بنیادی فراہمی ہمیشہ نامہ نگار ہی کی ذمہ داری رہے گی۔ جو نامہ نگار اخباری دنیا میں کامیاب رہے گا۔وہ بعد میں کسی بہتر ترقی کا زینہ آسانی کے ساتھ طے کر سکے گا۔نامہ نگار کو جو سنہری مواقع حاصل رہیت ہیں وہ اخبار کے دفتر میں مصروف رہنے والے دیگر صحافیوں کو نہیں ملتے۔عملی میدان میں نامہ نگار ایک ایسا فرد ہوتا ہے جو ہر خاص و عام سے ذاتی ربط رکھتا ہے ۔وہ ہر نوعیت کے اعلا و ادنی افراد سے ملاقات کرتا ہے اور ان سے شناسائی یا رفاقت پیدا کرتا ہے صحافیانہ زندگی کی اہم ترین مصروفیت نامہ نگار ہی کی ہوتی ہے کیونکہ وہ زندگی کے نشیب و فراز سے رباہ رات متعارف رہتا ہے۔وہ خطرات سے بھی دو چار ہوتا ہے۔اور مسرتوں سے بھی ہمکنار ہوتا ہے ۔نامہ نگار کی ذمہ داریوں میں یکسانیت نہیں ہوتی۔ ہر بار وہ نئے حالات اور خیالات ،واردات اور نظریات ،شخصیات اور حادثات کا سامنا کرتا ہے۔ ہر کوشش میں اسے ایک نیا احساس ہوتا ہے اور وہ ہر بار ایک نئے تجربے سے مستفید ہوتا ہے ۔وہ خوشیوں بھرے جلسوں میں بھی شریک رہتا ہے اور غمناک موقعوں پر بھی اپنی ذمہ داری نبھانے کے لیے موجود رہتا ہے۔وہ سنجیدہ تقریبوں

میں مدعو رہتا ہے اور پر مسرت اجتماعات میں بھی اس کی شرکت ضروری سمجھی جاتی ہے ۔وہ مذہبی خطابات سننے کے لیے بھی جاتا ہے اور شعر و نغمہ کی نشستوں میں بھی اسے احترام سے بلایا جاتا ہے ۔نامہ نگار کی ذمہ داریاں رنگین بھی ہیں اور سنگین بھی ۔ ہر ماحول میں اسے اپنی موجودگی نبھائی ہوتی ہے اور ہر سطح کے انسانوں کے ساتھ اسے گفت و شنید کرنی پڑتی ہے ۔بیشتر اوقات نامہ نگار کی ذمہ داریا صبر آزما، حوصلہ آزما اور قوت آزما ہوتی ہیں۔ ہر چھوٹے بڑے امتحان میں اسے اعتماد، اطمینان اور امید کے ساتھ کامیابی کے لیے کوشاں رہنا پڑتا ہے۔حقائق کا ایک وسیع سمندر ہے جس میں سے نامہ نگار کو روزانہ چند اہم بوندیں کشید کر کے پیش کرنی ہوتی ہیں ۔یہ ایسے معاملات سے دو چار ہوتا ہے ۔جو تخیل سے بھی زیادہ حیرت افزا اور دلچسپ ہوا کرتے ہیں ۔اصلی نامہ نگار کبھی شکار ہے اور کبھی شکاری ۔کبھی وہ حد درجہ فراست سے کام لیتا ہے اور کبھی اپنا مطلب نکالنے کے لیے انجانے پن اور بھولے پن کا بھی اظہار کرتا ہے ۔ جہاں ضرورت پڑے وہ ایک ذہین ترین فرد کی طرح کام کرتا ہے اور جہاں ضرورت ہو ایک گنوار اور بے وقوف جیسی حرکتیں کر کے بھی پوشیدہ رازوں کو اگلوا لیتا ہے ۔وہ دوستوں کا بھی دوست ہوتا ہے اور دشمنوں سے بھی دوستی ہی کا رویہ برتتا ہے کیونکہ گہری دشمنی اور عدم تعاون سے نامہ نگار کی ذمہ داریوں کو خاصا نقصان ہوتا ہے ۔نامہ نگار کبھی رسمی رہتا ہے اور کبھی کبھی اسے غیر رسمی بننا پڑتا ہے ۔ وقت کا تقاضہ ہوتو وہ چھوٹے موٹے سماجی اصولوں کی خلاف ورزی کر کے بھی اطلاعات اکٹھی کرنے کی کوشش کرتا ہے مگر ضروری ہے کہ ایسا کرتے وقت اس کی

حرکات سے صحافیانہ پیشہ کی تذلیل نہ ہو اور اس کی غیر معمولی حرکت کی شہیر نہ ہو۔ جہاں تک ممکن ہو وہ صحافی اصول، تہذیب اور اخلاق سے انحراف نہ کرے۔ نامہ نگار کو بعض اوقات قربانیاں بھی دینی ہوتی ہیں۔ اپنے پیشہ سے گہری الفت اور عقیدت ہے۔ تو وہ ہر قیمت پر خبریں جمع کرنے میں تمام تر قوتیں صرف کرتا ہے۔ نامہ نگاری کی تاریخ کے صفحات گواہ ہیں کہ کئی نامہ نگاروں نے جان کی بازی لگا کر بھی اہم خبریں حاصل کی ہیں۔

نامہ نگاروں کی قابلیت

کسی بھی نامہ نگار کے لیے لازمی ہے کہ وہ اپنی ذمہ داری نبھانے کے لیے اپنے آپ کو اچھی طرح تیار کرے۔ نامہ نگاری کے فرائض نبھانے کے لیے صحافت کی جانب میلان کی سخت ضرورت ہے۔ بعض لوگ یہ کہتے ہیں کہ صحافی پیدا ہوتا ہے۔ بنایا نہیں جاتا۔ صحافی پیدائشی ہوتا ہے یا تعلیم و تربیت سے صحافیانہ سرگرمیوں میں طاق ہوتا ہے۔ ایک ایسا بحث طلب مسئلہ ہے جس پر ایک تک تک بہت کچھ کہا، سنا اور لکھا جا چکا ہے۔ پیشہ ورانہ رسائل میں اس سوال پر اب تک سینکڑوں مقالے شائع ہو چکے ہیں۔ اس صدی کے اوائل میں پیدائشی صحافی کی اہمیت پر زور دیا جاتا تھا۔ مگر گزشتہ کئی سالوں سے یہ بات پایہ ثبوت کو پہنچ چکی ہے کہ تدریجی اور باضابطہ تعلیمی و تربیت کے ذریعہ بھی صحافت کے اصولوں اور قواعدے واقفیت حاصل کر کے اپنی محنت سے اس عملی میدان میں کافی شہرت پائی جا سکتی ہے۔ امریکہ کے ایک مشہور

صحافی جوزف پلٹزر نے ''پیدائشی صحافی'' والی بات کا اچھا خاصہ مذاق اڑایا تھا اور کہا تھا کہ جہاں تک پیدائشی کا تعلق ہے صرف نرے احمق ہی ''پیدا'' ہوتے ہیں۔ صحیح رجحان، ذوق وشوق اور محنت سے ہر کوئی ہر کسی پیشہ میں علم اور مہارت حاصل کر سکتا ہے۔ ماحول کی مناسبت اور موزونیت کے ساتھ ہر فرد کے لیے منتخب شغل میں مشق اور تجربہ کار کا حصول ممکن ہے۔

نامہ نگار بننے کے خواہش مند کے لیے ضروری ہے کہ وہ موجودہ دنیا سے گہری دلچسپی لے اور مستقبل کی دنیا کے بارے میں بھی اس کی معلومات وسیع ہوں۔ نامہ نگاری میں کامیابی کے لیے ضروری ہے کہ پیشہ کے سب سے نیچے زینہ سے کام شروع کیا جائے اور آہستہ آہستہ ترقی کی سیڑھی پر چڑھنے کی کوشش کی جائے۔ سماج میں انسانیت کی فلاح و بہبود کے کام کرنے میں دیگر پیشہ وروں سے صحافیوں کی اہمفت زیادہ ہے، لہذا صحافیوں کا مہذب ومتمدن ہونا لازمی ہے۔ صحافیوں کو ایک عظیم ترین خدمت کا بار اٹھانا ہوتا ہے۔ وہ جغرافیائی اعتبار سے بھی وسیع خدمت کرتے ہیں اور عقلی اعتبار سے بھی ان کی خدمات کا دائرہ وسیع سے وسیع تر اور وقیع سے وقیع تر ہوتا ہے۔ نامہ نگار کو صرف قلم ہی سے نہیں بلکہ انسانی حسوں سے بھی کام لینا پڑتا ہے۔ لازوال شہرت کے مالک شیکسپیئر نے صرف الفاظ اور اسلوب بیان کی وجہ سے دوامی مقبولیت حاصل نہیں کر لی بلکہ انہیں عالمگیر اور غیر فانی شہرت اس لیے نصیب ہوئی کہ ان کا تفکر عظیم تھا۔ تاریخ، نفسیات، جغرافیہ، فلسفہ اور دیگر علوم سے انہیں گہری، واقفیت تھی۔ گزشتہ صدیوں اور موجودہ صدی کے مشہور ترین ادیبوں اور

شاعروں کو بلند درجہ اس لیے حاصل ہوا کہ ان کے پاس قابل ذکر حقائق کا خزانہ تھا۔

صرف خوبصورت الفاظ ہی کے ذریعہ بہترین ادیب کی تخلیق نہیں ہو جاتی۔ عمدہ ادب کی تخلیق کے لیے خیالات اور نظریات کی بھی ضرورت ہے۔ صحافت میں علم سیاسیات، تاریخ، معاشیات، عمرانیات جیسے سماجی علوم کے ساتھ ساتھ علم کیمیا، علم طبیعات اور دیگر سائنسی اور تکنیکی علوم سے واقفیت کافی ممد و معاون ثابت ہوتی ہے۔ عام معلومات میں توسیع کے لیے نامہ نگار کو جدید ترین رسائل اور مختلف کتابوں کا باقاعدہ مطالعہ بھی کرنا ہوتا ہے۔ اگر اعداد و شمار اور حقائق ذہن میں ہوں تو کسی بھی موضوع پر فی الفور کچھ نہ کچھ تحریر کرنے کی صورت نکل آتی ہے۔ اگر مطالعہ کے وقت اہم ترین نکات کو یادداشت کے طور پر لکھ لینے کی عادت ڈال لی جائے تو نامہ نگار کے پاس ایک معتبر خزانہ بنیادی مواد کا جمع ہوتا رہے گا جو کسی نہ کسی صورت میں کبھی نہ کبھی استعمال میں آسکے گا۔ علمی قابلیت میں جتنا اضافہ ہوتا رہ گا۔ اتنا ہی نامہ نگار کے لیے سہولت رہے گی۔

علم نفسیات کے ماہر تقریباً ہر شغل کے لیے ضروری لیاقتوں، صلاحیتوں اور اہلیتوں کی فہرستیں تیار کرتے ہیں۔ تجربہ کی بناپر اور تحقیقی جائزوں سے وہ طے کرتے ہیں کہ کسی مشغلہ کے لیے کس دماغی رویہ یا رجحان کی ضرورت ہوتی ہے۔ نامہ نگاروں کے لیے بھی کئی ایسی فہرستیں بن چکی ہیں جن میں جملہ نکات درج ہیں۔

اس کتاب کے پہلے باب میں ''کامیاب صحافی کے لیے ضروری لیاقت'' کے عنوان سے چند اہم لیاقتوں کا تذکرہ ہو چکا ہے۔ نامہ نگار میں ان تمام لیاقتوں کا

ہونا لازمی ہے ان کے علاوہ بھی نامہ نگاری کے لیے جو رجحان مزید ضروری ہیں ان کا اجمالاً تذکرہ ذیل میں درج کیا جاتا ہے۔

تجسس

نامہ نگار کے لی شوق جستجو کی بڑی اہمیت ہے۔ اسے ہر معاملہ کی کھوج لگانے سے گہری دلچسپی ہو۔ تحقیق پسندی سے وہ ہر طرح کے رازوں سے پردہ اٹھا سکتا ہے۔ جدید نئے نظریات اور تازہ تجربات سے مستفیض ہونے کے لیے اسے ہمعصر اخبارات، جرائد اور تحقیقی رسائل کے ساتھ ساتھ ریڈیو اور ٹیلی ویژن کی خبروں اور دیگر اطلاعاتی پروگراموں سے بھی باخبر رہنا چاہیے۔ نامہ نگار ''وسیع المشرب'' رہے یعنی وہ ملک وملت کے تعصبات سے آزاد رہے اور تمام عالم کو اپنا وطن سمجھتا رہے۔ وہ ''صحیح کل یقینی کاسمو پالی ٹن'' رویہ اختیار کرے۔ وہ ہر اچھی مصروفیت اور شغل کے بارے میں ضروری معلومات حاصل کرنے کا ارمان رکھے۔ کسی بھی خبر کو ضروری وضاحت سے قارئین کو سمجھانے کے لیے خود نامہ نگار کو اس خبر کے تمام پہلوؤں سے واقف رہنا پڑتا ہے۔ مختلف شعبہ ہائے حیات میں مستعمل اصطلاحات سے وہ واقفیت حاصل کرنے کی کوشش کرے۔ کسی بھی تازہ خبر کو صحیح پس منظر کے ساتھ پیش کرنے سے قارئین مطمئن ہوتے ہیں اور ایسا کرنے کے لیے نامہ نگار کے وسائل کا وسیع ہونا ضروری ہے۔ نامہ نگار میں غور وفکر کا مادہ ہو۔ وہ نامہ نگار کو ایک سرسری یا چھٹکل کام نہ سمجھے بلکہ اسے ایک پاک، مقدس، اور اہم ذمہ داری سمجھ کر اپنے فرائض

انجام دے۔

شخصی خصوصیت اور فراست

عام مشاہدے ہے کہ سائنس داں، ادیب، شاعر اور محقق اکثر و بیشتر عوامی رابطوں سے کتراتے ہیں۔ وہ ملاقاتیوں سے بھی دامن بچانا چاہتے ہیں۔ اپنی ہی دنیا میں مگن رہنے کی خواہش لیے ہوئے ایسے تکنیکی فنکا اور ادبی مشاہیر بالعموم بہت کم منہ کھولتے ہیں۔ سماجی اجتماعات سے بھی یہ حتی المقدور دور رہنا چاہتے ہیں۔ نامہ نگار ایسے اطوار نہیں رکھ سکتا۔ نامہ نگار کے لیے ہر نوع کے انسانوں سے ملنا، گفت وشنید کرنا اور ان کے خیالات سے آگاہ ہونا بے حد ضروری ہے۔

جس طرح ایک تاجر اپنے خریداروں سے زیادہ بات چیت کا مشتاق رہتا ہے بالکل اسی طرح نامہ نگار بھی نہ صرف گفتگو سے دلچسپی رکھے بلکہ یہ کوشش کرے کہ ہر وہ شخص اس سے گفتگو پر آمادہ ہو جس سے نامہ نگار ملاقات کر کے کچھ نہ کچھ حالات، تفصیلات اور نظریات جمع کرنا چاہتا ہے۔ نامہ نگار میں ہر معمولی اور غیر معمولی موقعہ کی نزاکت کو پہچاننے کا شعور ہونا چاہیے۔ خبریں جمع کرنے کے سلسلہ میں نامہ نگار کو ہر چھوٹے بڑے آدمی سے ملنا پڑتا ہے۔ اس میں متعدد اور مختلف لوگوں کو ممدو معاون بنائے رکھنے کا سلیقہ ہونا چاہیے۔ نامہ نگار گوشہ نشین نہیں بلکہ زینت مجلس ہو۔ حجاب، سرد مہری، کشیدگی، احتیاط اور کم گوئی سے وہ احتراز کرے۔ نامہ نگار کا دلیر، گرم جوش، ملنسار، بیدار اور خوشگوار حد تک باتونی ہونا بہتر ہے۔ بات چیت ہی کے

ذریعہ خبریں اہم شخصیات کی زبان سے باہر آتی ہیں۔ خود اعتمادی، دلجمعی، جرأت اور تحمل سے کام لے کر نامہ نگار کامرانی حاصل کر سکتا ہے۔ وہ دوسروں کی موجودگی میں اپنے آپ کو مستعد، صریح الفہم اور حلیم رکھے۔ بردباری اور ہوشمندی سے کام لے کچھ لوگ نامہ نگاروں سے بہت خوف کھاتے ہیں۔ اور نامہ نگار کی موجودگی سے بوکھلائے رہتے ہیں۔ نامہ نگار کا فرض ہے کہ ایسے بدگمان افراد کے وہم کو ختم کرنے کی کوشش کرے، اپنے برتاؤ سے انہیں یقین دلائے کہ نامہ نگار کوئی عجیب جانور نہیں ہے۔ بلکہ ایک معمولی انسان ہے جس کے احساسات اور جذبات بھی خالص انسانی ہیں اور وہ بلاوجہ کسی کو پریشان اور پشیمان نہیں کرے گا۔ کچھ افسران ایسے بھی ہوتے ہیں جو نامہ نگاروں سے کسی نہ کسی بہانے بچنا چاہتے ہیں۔ نامہ نگار ایسے افسران کے خیالات میں تبدیلی لانے کی کوشش کرے۔ اپنے اخلاق سے اور بہتر رویہ سے ثابت کرے کہ نامہ نگار کی دلچسپی جائز طور پر خبریں جمع کرنے کی حد تک محدود ہے اور وہ کسی کو کسی طرح کا نقصان نہیں پہنچائے گا۔ کچھ تجربہ کار افسران اس بات کا اقرار بھی کرتے ہیں کہ نامہ نگاروں سے بچاؤ ناممکن ہے اور بہتر یہی ہے کہ جو بھی اطلاعات ہیں انہیں جلد از جلد فراہم کر دی جائیں۔ نامہ نگار دونوں قسم کے افسران سے خوشگوار روابط قایم کرے۔ آہستہ آہستہ ان کے رویوں میں تبدیلی لانے کا جتن کرے۔ نامہ نگار کو جلد ہی اندازہ ہو جاتا ہے کہ عملی میدان میں دو قسم کے افراد ہیں: ایک طبقہ افسران کا ایسا ہے جو چاہتا ہے کہ زیادہ سے زیادہ خبریں شایع ہوں اور دوسرا طبقہ ایسا ہے جو ہر طرح سے خبروں کو صیغۂ راز میں رکھنا زیادہ پسند کرتا ہے۔ چالاک

نامہ نگار جلد از جلد ایسے افسران کی شناخت کر لے جو ہر طرح کا تعاون پیش کر کے خبروں کی تشہیر میں آڑے نہیں آتے اور ایسے افسران کی بھی پہچان کر لے جو وقت بے وقت نامہ نگاروں کو ٹرخانے یا گمراہ کرنے کے عادی ہیں۔ پھر نامہ نگار کا یہ فرض ہو جاتا ہے کہ ایسے افسران کا اعتماد بہر صورت حاصل کرے جنھیں اخباری نامہ نگاروں سے خدا واسطے کا بیر ہے۔

لازمی ہے کہ ہر نامہ نگار کی ایک شخصی خصوصیت ہو یعنی وہ اپنی ایک خاص ''پرسنالٹی'' (Personality) یا ''تشخص'' بنائے رکھے۔ انسانوں، فلموں اور ٹیلی ویژن پروگراموں میں ایک نامہ نگار کا عکس عموماً مبالغہ آمیز ہوتا ہے۔ نامہ نگار کو اکثر و بیشتر ایک ٹھاٹ باٹ والے متکبر انسان ہی کے روپ میں پیش کیا جاتا ہے۔ نامہ نگار کے لیے ظاہری صورت میں نفاست پسند اور چست ہونا ضروری ہے مگر اس کا یہ مطلب نہ لیا جائے کہ بغیر سوٹ بوٹ، نکٹائی اور شاندار اٹیچی کیس کے نامہ نگار کی شناخت متاثر ہوگی۔ شخصی خصوصیت سے مراد یہ ہے کہ نامہ نگار تیز، چالاک اور حاضر جواب ہو، اس کی ہر حرکت میں ایک معقولیت اور سلیقہ رہے، وہ سماجی آداب و تہذیب سے واقف ہو، وہ ہر کام ایک شان اور تمکنت سے انجام دے۔ کسی بھی محفل میں وہ قرینہ سے شریک رہے۔ وہ ہر طرح سے خلیق ہو۔ خوش وضع اور خوش طبع نامہ نگار کا ہر جگہ پر تپاک خیر مقدم کیا جائے گا۔ نامہ نگار کی کوئی بات ایسی خلاف روایت نہ ہو کہ لوگ دفاتر یا مجالس میں اس سے بیزارگی کا اظہار کریں۔ وہ چڑچڑا، ہٹ دھرم یا گستاخ نہ ہو۔ وہ تیز نظر ہو مگر مکاری اور دروغ گوئی سے اپنا دامن

بچائے رکھے۔

ہمت

تہذیب کے دائرے میں رہتے ہوئے نامہ نگار کو اصرار پسند، تیز فہم، کشادہ دل اور خوش تدبیر ہونا چاہیے۔ وہ باہمت ہو، دلیر اور مستقل مزاج ہو۔ قوت برداشت کے ساتھ وہ ہر ذمہ داری کو استقلال کے ساتھ نبھانے کا عادی ہو۔ وہ دوسروں کے حقوق پر ڈاکہ نہ ڈالے۔ اپنے کام سے سروکار رکھے اور دوسروں کی مصروفیات میں غیر ضروری دخل اندازی نہ کرے۔ ماضی میں کئی نامہ نگاروں نے مشکل خبریں جمع کرنے کی دھن میں جواں مروی سے کام لیا ہے۔ کئی ایسے تذکرے پڑھنے کو ملتے ہیں جن میں تجربہ کار نامہ نگاروں نے بھیس بدل کر اور جان کی بازی لگا کر بھی چند ایسی خبریں حاصل کیں جو عام حالات میں آسانی سے نہ مل سکتی تھیں۔ سب سے پہلے کسی خاص خبر کا اشارہ پانے کی غرض سے چند نامور نامہ نگاروں نے نت نئے اور خطرات سے بھرے طریقے اپنائے۔ دلیری سے کام لے کر میدان جنگ اور دیگر جوکھم والے معاملات میں خبریں جمع کریں۔ کسی اہم شخصیت کی وفات کی خبر سب سے پہلے پانے کے لیے مرض الموت میں مبتلا فرد کے کمرے سے موت واقع ہوتے ہی رومال گرا کر اشارہ دینے کا طریقہ اپنایا۔ کبھی کسی خاص اشارے کو پانے کے لیے میز پر انگلیوں سے آواز کرنے کا سہارا لیا۔ بعض اوقات منہ سے سیٹی بجا کر کسی خاص بات کو توثیق کی گئی ہے۔ کسی خاص خبر کو سب سے پہل کھینچنے کا اعزاز حاصل کرنے

کے لیے گھنٹوں ٹیلی فون لائنوں کو اپنے خرچ پر مصروف رکھاتا کہ حریف نامہ نگار کو فوری طور پر ٹیلی فون کی سہولت نہ ملے۔ تار کے ذریعے خصوصی پیغامات بھیجنے کے لیے اپنا مسودہ تیار ہونے تک ٹیلی گراف دفاتر میں فضول تار بھیج کر ٹیلی گراف کلرکوں اور لائنوں کو اپنے لیے مخصوص کرلیا گیا۔ بعض مہم باز نامہ نگاروں نے تیز رفتار کشتیوں کو کرایہ پر لے کر سب سے پہلے خبریں اپنے اخبار کے دفاتر میں پہنچائیں۔ خصوصی خبروں کو حد درجہ تیزی سے بھیجنے کے لیے خاص طور سے کرایہ پر لے گئے۔ ہوائی جہازوں اور ہیلی کاپٹروں کے استعمال کی مثالیں بھی کثرت سے ملتی ہیں۔ ان تمام تذکروں اور تفصیلات سے یہ پتہ چلتا ہے کہ سورو ماقسم کے نامہ نگاروں نے بہادری سے، دلیری سے، دوراندیشی سے پیشگی منصوبہ بندی اور کارگر اہتمام کے ذریعہ خصوصی خبریں بھیج کر دام اور نام دونوں کمانے میں بے نظیر کامیابی حاصل کی۔ مشہور نامہ نگاروں کی شائع شدہ آپ بیتیوں میں ایسی دلچسپ کوششوں کے تذکرے حیران کن بھی ہیں اور حوصلہ افزا بھی۔ عالمی جنگوں میں تازہ ترین اور خصوصی خبریں جمع کرنے کی دھن میں کئی نامہ نگاروں کی موت واقع ہوگئی۔ سیلاب، طوفان، آتش زنی، ہڑتال، بلوے اور جرائم کی خبریں جمع کرتے ہوئے بھی بے شمار نامہ نگاروں نے اپنی زندگیاں گنوائی ہیں۔ متعدد نامہ نگار ایسے غیر معمولی موقعوں پر بری طرح مجروح بھی ہوئے ہیں اور جسمانی طور پر ہمیشہ کے لیے معذور بھی خطرات مول لے کر ایسے جانباز نامہ نگاروں نے اخبار

نویسی کی تاریخ میں اپنا مقام پیدا کرلیا ہے۔

تجربہ کار نامہ نگار جانتے ہیں کہ کس نوعیت کی تفصیل حاصل کرنے کے لیے انہیں کیا تدبیر اپنانی ہوگی۔ وہ اپنی حکمت عملی کو کام میں لاکر ایسی تفصیلات بھی کھوج نکالتے ہیں جن کا عام انسان یا غیر تربیت یافتہ صافی کو وہم وگمان بھی نہیں ہوتا۔ بعض پیچیدہ معاملات کی تفتیش میں کبھی کبھی نامہ نگار پولیس اور خفیہ محکموں کے ذہین ترین افسران سے بھی آگے نکل جاتے ہیں۔ متعدد واقعات ایسے ہیں جس میں پولیس سے پہلے اخباری نامہ نگاروں نے پراسرار معاملات کا راز افشا کیا ہے۔

راست بازی

ہر ملک میں اخبار نویسوں کا ایک ضابطہ اخلاق ہے۔ تقریباً ہر ضابطہ میں کلیت، راست بازی، دیانت اور امانت پر زور دیا گیا ہے۔ صحافت میں سلامت کا ہمیشہ ایک اونچا مقام رہا ہے۔ حق پرستی اور اخبار نویسی کا چولی دامن کا ساتھ ہے۔ نامہ نگار ہمیشہ خبروں کو صحیح وسالم طریقہ پر پیش کرے۔ اگر کوئی مواد کہیں سے مستعار لیا گیا ہے تو باقاعدہ اعتراف کیا جائے کہ فلاں بات یا فلاں خیال فلاں کتاب، رسالہ یا اخبار سے ماخوذ ہے۔ جس شخصیت کا انٹرویو لیا گیا ہے۔ اس سے انٹرویو کی اشاعت کی رسمی اجازت ضرور لی جائے۔ جس اشتہار کو اشتہاری صورت میں قبول کیا گیا ہے۔ اور جس کے نرخ بھی وصول کرلیے گئے ہیں ایسے تشہیری مواد کو ہرگز ہرگز خبر کی طرح طبع نہ کیا جائے، کمزوروں پر حملہ نہ کیا جائے۔ ہر کسی کو مدافعت کا موقعہ حاصل رہنا

چاہیے۔اگر کسی فرد پر اخبار میں نکتہ چینی کی گئی ہے۔اور وہ شخص اپنی صفائی میں کوئی بیان جاری کرے تو ایسے تردیدی یا تصدیقی بیان کی ہو بہو شائع کرنا صحافتی دیانت داری ہے ہر نامہ نگار کو اپنے خیالات کو ظاہر کرنے کی پوری آزادی ہے مگر یہ اصرار نہ کیا جائے کہ وہی خیالات سو فیصد صحیح ہیں، ممکن ہے کہ ایسے خیالات میں کچھ کھوٹ ہو، کچھ کسر ہو، کچھ نقص ہو۔نامہ نگار کو کسی سیاسی یا سماجی جماعت سے ہمدردی ہے تو صرف ایسی خبریں ہی اس جماعت کے بارے میں دے جن کی اخباری حقیقت ہو۔ نامہ نگار اس کی خوش فہمی میں مبتلا نہ ہو کہ دنیا کے تمام بہترین افراد اس کی پسندیدہ جماعت میں شامل ہیں اور باقی تمام جماعتوں میں غلط قسم کے افراد شامل ہیں۔نامہ نگار ہمیشہ اس حقیقت پر اعتماد کرے کہ انسانی زندگی ترقی کے منزل با قاعدہ اور مسلسل طے کر رہی ہے، انسانی زندگی کے امور لمحہ بہ لمحہ سلجھتے اور دمکتے جارہے ہیں۔وہ اس بات پر یقین رکھے کہ انسانی اقدار کا مستقبل درخشاں ہے۔یہ اعتماد ہمیشہ جواں رہے کہ ماضی اور حال کے مقابلہ میں تقریباً ہر بات کا مستقبل درخشندہ ہوا کرتا ہے۔نامہ نگار کسی بھی معاملہ میں غیر ضروری عجلت سے ہمیشہ پرہیز کرے۔وہ اپنے ملک کے آئین سے پوری وفاداری کا قائل ہو۔قومی مفاد اسے سدا عزیز رہے۔تمام قومی اداروں سے اس کی مخلصانہ فرض شناسی برقرار رہے۔اپنی رپورٹوں میں نامہ نگار ایسا ایک بھی لفظ استعمال نہ کرے جو کسی کی زبان سے نہ نکلا تھا یعنی ذرہ بھر بھی جھوٹ اخباری رپورٹوں میں نہ پایا جائے۔یہ بات ہمیشہ ذہن نشین رہے کہ ایک گندی مچھلی سارے تالاب کو گندہ کر دیتی ہے۔اگر سہواً کوئی غلطی سرزد ہو گئی ہو تو اس کی معذرت

چاہی جائے۔ غلط بیان کا عملی الاعلان اعتراف کر کے قارئین سے معافی و مانگی جائے۔ جب سے صحافت بطور پیشہ دنیا میں جاری ہے کئی زریں اصول اپنائے گئے ہیں اور ان روایاتی اصولوں کی سختی سے پابندی کے نامہ نگار کسی بھی حال میں ایسی کسی معمولی حرکت کا بھی ارتکاب نہ کیا جائے جس سے اعتماد شکنی ہوتی ہو۔ صحافتی دنیا میں اعتبار کھو کر نامہ نگار کبھی کامیاب نہ ہو سکے گا۔ نامہ نگاری بذات خود ایک ذہنی اور اخلاقی تربیت ہے اور اس تربیت کی اطاعت ہر نامہ نگار کا مقدس فرض ہے۔

تعلیمی پس منظر

کسی بھی اخبار نویس کے لیے عمدہ علمی قابلیت کی اہمیت پر کافی روشنی ڈالی جاتی ہے۔ نامہ نگار کے لیے لازمی ہے کہ وہ ہمعصر دنیا کے سیاسی، معاشرتی، اقتصادی، ثقافتی امور سے پوری طرح آگاہ ہو۔ کسی بھی تازہ خبر کی درست تصریح کے لیے نامہ نگار کے لیے ضروری ہے کہ وہ حالات حاضرہ سے گہری واقفیت رکھتا ہے۔ ماضی قریب اور حال کی تفصیلات کی مدد ہی سے وہ کسی بھی تازہ ترین خبر کی اطمینان بخش وضاحت کر سکے گا۔

نامہ نگار کو اتنی معلومات ہوں کہ وہ میونسپل کمیٹی یا کارپوریشن یا قانون ساز اسمبلی یا لوک سبھا میں کسی بھی رکن کی تقریر کے بارے میں یہ فیصلہ کر سکے کہ وہ رکن حقائق اور مستند اعداد و شمار کی بنیاد پر بول رہا ہے یا ایسے ہی ڈینگیں ہانک رہا ہے۔ وہ اپنے علم زور سے یہ پتہ لگا سکے کہ جو قوانین یا احکام جاری ہو رہے ہیں وہ قانونی اور آئینی

ہیں یا غیر ذمہ دارانہ طور پر نافذ کر دیے گئے ہیں۔کسی بھی سرکاری اعلامیہ کو پڑھ کر یہ اندازہ لگانے کی اہلیت ہو کر تفصیلات درست دی گئی ہیں یا سرسری طور پر دے کر عوام یا اراکین ایوان کو بہلانے یا پھسلانے کی کوشش کی گئی ہے۔ایسی باتوں سے بروقت بہرہ ور ہونے کے لیے نامہ نگار کا اعلا تعلیم یافتہ ہونا ضروری ہے۔ایسی تیزی اور چستی اور دماغی قابلیت ایسے شخص ہی میں موجود ہو سکتی ہے۔جو عمدہ تعلیم و تربیت کے زیور سے آراستہ ہو۔کم معلومات والا صحافی اپنی ذمہ داریوں کے نبھانے میں پیچھے ہی رہ جاتا ہے غلط خیال اور غلط قیاس صحت مند صحافت کے دشمن ہیں۔کسی بھی معاملہ کی تک پہنچ کر درست نتائج نکالنے کے لیے خصوصی علمی استعداد ہی سے معاونت نصیب ہو سکتی ہے۔کسی بھی سیاسی کارروائی میں ایک خاص جھکاؤ ہوتا ہے۔اور بیدار مغز نامہ نگار کو چاہیے کہ وہ ایسے مطمح نظر سے بھرپور واقفیت حاصل کرے۔اقتصادی معاملات میں تبدیلیاں آتی ہیں۔تو بھی ان کا ایک خصوصی منشا ہوتا ہے،خواہ وہ معاملہ سالانہ بجٹ سے متعلق ہو یا کسی نئی سرکاری پالیسی کے اعلان سے،کوئی نہ کوئی پہلو بہر حال ایسا ہوتا ہے جس کی وضاحت کرنی ہوتی ہے۔ادبی، علمی،تمدنی اور ثقافتی امور میں جو بھی نت نئی تبدیلیاں رونما ہوتی ہیں ان کے پیچھے بھی کوئی نہ کوئی رویہ، رجحان، یا نیم سیاسی مقصد پوشیدہ ہوتا ہے۔ایسی مخفی باتوں کو کھوج بھی نامہ نگار کو لگانا پڑتا ہے۔نیو یارک سن، (New York Sun) نامی قدیم و عظیم امریکی روزنامہ کے مشہور مدیر چالس، اے ڈانا نے کیا خوب کہا تھا، کہ: ''نامہ نگار ہر فن میں طاق ہو۔اس میں یہ معلوم کرنے کی امتیازی قوت ہو کہ وکیل کی دلیل

قانونی ہے یا نہیں۔ نامہ نگار کی تعلیم عمدہ ہی نہیں بلکہ بہت ہی عمدہ اوراعلا ہو۔ اسے کئی باتوں کا صحیح علم ہو۔ کسی بھی معاملہ پر اسے جتنا زیادہ عبور حاصل رہے گا اتنا ہی بہتر ہو گا۔ صحافت میں جاہل اور احمق کے لیے کوئی جگہ نہیں ہے۔'' لاعلم، ناواقف اور بے پرواہ شخص نامہ نگاری میں بری طرح ناکام رہے گا۔ نامہ نگار نہ صرف اصولوں اور قاعدوں سے واقف رہے بلکہ عملی طور پر بھی وہ فعال رہے۔ کسی بھی مسئلہ پر وہ مصدقہ معلومات کا حامل ہو۔ قانون ساز اداروں، سرکاری انتظامیہ اور عدالتوں میں استعمال ہونے والے عام اصطلاحات سے وہ شناسائی رکھے کیونکہ آئے دن اسے ان الفاظ اور اشغال سے واسطہ پڑتا ہے۔ آج کل تمام اہم شعبوں کے لیے علاحدہ خصوصی نامہ نگاروں کے تقرر کا رواج عام ہوتا جارہا ہے مگر چھوٹے اور درمیان اخبارات میں کام کرنے والے نامہ نگاروں کو تقریباً ہر شعبہ کی نامہ نگاری کرنی ہوتی ہے۔ لہٰذا ایک نامہ نگار میں جتنی زیادہ صلاحیتیں، قابلیتیں مجتمع ہوں گی وہ ذمہ داری کو تجسس و خوبی انجام دے سکے گا۔ اگر نامہ نگار کو بدچلن نوجوان مجرموں، طلاق، نسلی امتیازات، گھریلو آرائش جیسے متنوع موضوعات پر بھی رپورٹیں لکھنے کی ضرورت پڑے، تو اسے سہولت، جامعیت اور رغبت سے لکھنے پر قادر رہنا چاہیے۔ ہر نامہ نگار میں ایسی خوداعتماد کا ہونا ضروری ہے کہ وہ کسی بھی طرح کی نامہ نگاری کر سکے۔ اس میں کھیل کود، سیاحت، صنعت و حرفت، ڈرامہ، عملی ساست، سماجی خدمت گزاری، اقتصادیات ...... غرض ہر موضوع پر رپورٹ تیار کرنے کی صلاحیت ہونی چاہیے۔ ظاہر ہے کہ زیادہ سے زیادہ تعلیم یافتہ فرد ہی ایسی للکار کو قبول کرسکتا ہے۔ کم علم نامہ نگار

یہ عذر کر بیٹھے گا کہ اپنی کم مائیگی کہ وجہ سے وہ ہر شعبہ حیات پر خبروں کی رپورٹیں نہیں تیار کر سکے گا۔ کسی بھی امر پر اخباری رپورٹ لکھنے کی اہلیت اور ہمت رکھنے والا قابل نامہ نگار، اگر کسی ایک شعبہ حیات میں خصوصی مہارت حاصل کر لیتا ہے کہ تو یہ سونے پر سہاگہ والی بات ہو گی۔ ابلاغ کے ذریعے بہت زیادہ ترقی کر رہے ہیں۔ الیکٹرانک میدان میں ترقیوں کی بدولت نئ نئ مشینیں اخبارات کے دفاتر میں نصب ہو رہی ہیں جن کی مدد سے خبروں میں ترسیل میں حیرت انگیز برق رفتاری آ گئی ہے۔ مستند اور تازہ ترین معلومات رکھنے والا نامہ نگار اپنے علم کے بل بوتے پر جدید آلات کی باریکیوں سے واقف ہو سکتا ہے رائے عامہ، پروپیگنڈہ، سنسر شپ، ضابطہ اخلاق، رابطہ عامہ، اخباری قوانین جیسے موضوعات سے شناسائی حاصل کرنا بھی ایک اعلا تعلیم یافتہ نامہ نگار کے لیے آسان ہو جاتا ہے۔

قوت شامہ

نامہ نگار میں خبر سنگھ لینے کی قوت پر بہت زور دیا جاتا ہے۔ انگریزی میں اس قوت کو ''خبر سنو نگھنے کی ناک'' Nose For News کہا گیا ہے۔ دراصل یہ ایک ایسی ''امتیازی حس'' ہے جس سے نامہ نگار فوراً یہ محسوس کر لیتا ہے کہ فلاں چیز خبر ہے کہ یا نہیں کتوں اور بلیوں میں سونگھنے کی طاقت بہت یز ہوتی ہے۔ دیگر پرندوں ، چرندوں اور درندوں میں بھی یہ قوت پائی جاتی ہے۔ وہ کسی بھی چیز کو اپنے نتھنوں کی مدد سے کافی دور سے پہچان لیتے ہیں۔ انسانوں میں بھی سونگھنے کی حس ہے۔ مگر نامہ

نگار میں یہ قوت زیادہ سے زیادہ ہونی چاہیے۔ جس کی مدد سے وہ جہاں بھی جائیں ''خبر'' کو جلد سے جلد اور صحیح طور پر ''پہچان'' لیں جس طرح ایک موٹر میکانک اس مشینری کو اچھی طرح جان لیتا ہے جس کی اسے مرمت کرنی ہوتی ہے بالکل اسی طرح نامہ نگار کے لیے خبریں جمع کرنے کی کوشش میں خبر کی ''شناخت'' کر لینا بھی ضروری ہے۔

نامہ نگار میں کسی بھی امر کا سامنا ہوتے ہی یہ فیصلہ کرنے کی صلاحیت ہونی چاہیے کہ اس خبر کو کس حد تک قارئین کی توجہ حاصل رہے گی۔ وہ کافی تیزی سے یہ محسوس کرنے کا اہل ہو کر خبر کی اہمیت کس قدر ہے؟ ساتھ ہی نامہ نگار میں اہلیت ہو کر وہ دیگر جمع شدہ خبروں سے یہ اندازہ لگا سکے کہ کون سی خبر زیادہ سے زیادہ توجہ اور مقبولیت پائے گی۔

خبروں کو سونگھنے کی ''قوت شامہ'' سے متعلق ایک مشہور کہاوت تھا:

ایک اخبار میں ایک نوآموز نامہ نگار کو ایک اہم شادی کی رپورٹ لانے کا کام سونپا گیا۔ وہ نامہ نگار شادی میں تو شرکت کر کے آ گیا مگر اخبار کے لیے اس نے کوئی رپورٹ پیش نہیں کی۔ کافی انتظار کے بعد جب متعلقہ مدیر نے شادی کی مطلوبہ رپورٹ کے سلسلہ میں دریافت کیا تو اس نوآموز نے بڑے بھولے پن سے کہا: ''جناب: میں کیا رپورٹ دیتا؟ وہاں دلہن بھی تھی، قاضی بھی تھا، براتی بھی کثیر تعداد میں موجود تھے مگر دولہا میاں ہی تشریف نہیں لائے، نہ شادی ہوئی اور نہ رپورٹ لکھی جا سکی، سارے براتی لوٹ گئے اور میں بھی واپس چلا آیا، اللہ اللہ خیر صلا۔'' ذرا

سوچیے تو سہی کو تجربہ کار مدیروں پر کیا گزری ہوگی؟ اپنی ناتجربہ کاری سے نوآموز نے ایک بہترین خبر کا ستیاناس کر دیا۔ بے چارے کو یہ تمیز نہ ہو سکی کہ اگر دولہا غائب ہے اور شادی نہ ہو سکی تو وہ کتنی اہم، سنسنی خیز اور دلچسپ خبر ہو سکتی تھی۔ الغرض اس نوآموز نامہ نگار کے پاس خبر جانچنے کی اہلیت سرے سے مفقود تھی۔ بہ الفاظ دگر وہ نامہ نگار ''خبر کی ناک'' سے محروم تھا۔ اس مثال سے یہ بات واضح ہو جاتی ہے کہ کسی بھی نامہ نگار میں عقل سلیم یعنی Common Sense کا موجود ہونا بے حد ضروری ہے خبر اچھی ہو یا بری، نامہ نگار کا فرض ہے کہ وہ زیادہ سے زیادہ سوالات پوچھ کر سب سے پہلے خبر کو تفصیل جمع کرے۔

نامہ نگار کا قلم پر قابو رکھنا ضروری ہے۔ اس کی تحریر میں روانی ہو۔ خبر کی تین اہم اور لازمی اجزا ہیں: دلچسپی، اختصار اور وضاحت۔ وہ جو بھی لکھنا چاہے آسانی کے ساتھ جلد از جلد لکھنے کی مشق رکھتا ہو۔ حالانکہ نامہ نگار کی تحریر پر نائب مدیران کی نظر ثانی ہوتی ہے۔ مگر تحریر کے بنیادی ڈھانچہ میں بہت کم تبدیلیاں کی جاتی ہیں۔ نائب مدیر نامہ نگار کے اسلوب بیان کو تبدیل کرنے کی کوشش نہیں کرتے۔ کسی بھی تحریر کو ذرا سی محنت سے زیادہ بہتر اور موثر بنایا جا سکتا ہے، صرف توجہ اور دلچسپی کی ضرورت ہوتی ہے۔ مسلسل مشق سے بھی طرز تحریر میں پختگی اور شگفتگی پیدا کی جا سکتی ہے۔ نامہ نگار کو کلاسیکی اور جدید ادب دونوں کے مطالعہ سے اپنے خزانہ الفاظ میں لگاتار اضافہ کرتے رہنا چاہیے۔ کسی بھی نئے لفظ یا جدید اصطلاح کو برتنا ہو تو نامہ نگار کو چاہیے کہ اسے نوٹ کر لے اور اس کے صحیح مفہوم کو جاننے کے بعد ہی اس کا

استعمال کرے۔

کسی ایک وسیلہ کی اطلاع پر تکیہ کر لینے کی عادت سے نامہ نگار پرہیز کرے۔ متعدد اور مختلف وسائل سے اطالعات حاصل کرنے سے کسی بھی معاملہ کی ایک صحیح تصویر سامنے ابھر کر آتی ہے۔ قیاس آرائی ہمیشہ نقصان دہ ثابت ہوتی ہے۔ نام، عہدہ، پتہ، فون نمبر، کار نمبر یا ایسی ہی اہم معلومات جمع کرتے وقت نامہ نگار حد درجہ احتیاط رتے۔ نام مکمل اور عہدہ صحیح ہو۔ کسی بھی نام میں ذرا سی غلطی ہوائے تو کافی پریشانی اور پشیمانی کا سامنا کرنا پڑتا ہے۔ جرائم یا حادثات میں ملوث، کار کے نمبروں کا بالکل درست ہونا ضروری ہے۔ ورنہ قانونی مشکلات سے دو چار ہونا پڑتا ہے۔ کوئی شخص اخبار میں اپنا نام غلط ہجوں کے ساتھ چھپا ہوا دیکھنا پسند نہیں کرتا۔ بالکل وہی ہجے استعمال ہوں جو متعلقہ شخص استعمال کرتا ہے۔

جہاں تک نامہ نگاروں کی قابلیتوں کی فہرست کا سوال ہے کوئی فہرست آخری یا مکمل نہیں کہی جاسکتی ہے۔ ہر تجربہ کار نامہ نگار ایک نئی قابلیت پر زور دیتا ہے۔ نامہ نگاری پر تصنیف شدہ کتابوں میں بھی نامہ نگاروں کے لیے اہم قرار دی گئی لیاقتوں کی فہرست ہمیشہ لا متناہی رہی ہے۔ چند اور قابلیتیں یہ ہوسکتی ہے: بے تابی، قوت تخیل، صبر وضبط، ذہنی چوکناپن، بے ریائی، وقت کی پابندی، ہشاش بشاش پن، ہنس مکھ چہرہ، قوت مشاہدہ، سیانا پن، مہم جوئی سے دلچسپی، امید پرستی، زندہ دلی، مطابقت پذیری، قوت اختراع، اور پیشہ صحافت سے منسلک رہنے کا تہیہ۔

نامہ نگاری کے بنیادی اصول

جو معلومات کسی کے وسیلے سے ، اعتماد میں ملتی ہیں ان کا ناجائز استعمال نہ کیا جائے ۔ نامہ نگار اعتماد شکنی کا ہرگز مرتکب نہ ہو۔ اعتماد میں دی گئی خبر کی اشاعت کے لیے خبر دینے والے کی پیشگی اجازت لے لی جائے تو کوئی قباحت نہیں ۔ جو معلومات اس شرط کے ساتھ دی جاتی ہیں کہ وہ ایک مقررہ تاریخ یا وقت کے بعد ہی شائع کی جائیں وہ پوری دیانتداری کے ساتھ طے شدہ تاریخ یا قوت کے گزرنے کے بعد ہی شائع ہوں ۔ اخبار میں سچ اور بالکل سچ بات شائع ہونی ضروری ۔ اخبارات گھروں کے اندر جاتے ہیں لہذا ان میں ایسی فحش یا مخرب اخلاق باتیں شائع نہ ہوں جنہیں پڑھ کر خاندان کے افراد خفت محسوس کریں ۔ جرائم ، شرمناک واقعات اور سماجی برائیوں کی خبریں ایسے انداز سے دی جائیں کہ قارئین ایسی بدعنوانیوں ، غلط کاریوں اور معیوب باتوں سے نفرت کریں ۔ جرائم اور دیگر سماج دشمن کارروائیوں کو اس طرح بڑھا چڑھا کر پیش نہ کیا جائے تو پڑھنے والوں کے دل میں ایسی حرکتیں خود کرنے کی خواہش پیدا ہو ۔ برائیوں کو ہرگز نمایاں طریقہ پر تعریفی جملوں کے ساتھ پیش نہ کریں ۔ اخبار کے صفحات پر ہر فرد ، ہر قوم اور ہر ادارہ کے ساتھ برابر سلوک ہونا چاہیے ۔ اخبار ایک دقیع سماجی ادارہ ہے اور اس کے صفحات پر کسی قسم کی ناجائز اجارہ داری قایم کر لینے کی کوشش سے احتراز کیا جائے ۔ ہر انسان کو ایک نجی زندگی گزارنے کا حق حاصل ہے اور اخبارات کا یہ فرض ہے کہ وہ کسی بھی فرد کی خواہ وہ معمولی ہو یا غیر معمولی ذاتی زندگی کا تفصیلات میں مداخلت نہ کریں ۔ البتہ جس رویہ

،کارروائی یا مصروفیت سے عام سماجی زندگی سے براہ راست تعلق ہو یا عام زندگی پر عام زندگی پر کوئی نہ کوئی غلط اثر پڑ رہا ہو ایسے معاملات میں اخبارات کی دخلی اندازی درست ہوگی۔ کسی بھی فرد، ادارے، جماعت یا فرقہ کا تشہیری مواد ہرگز خبروں کی صورت میں نہ دیا جائے۔ قارئین کو اخبار پڑھتے وقت یہ واضح طور پر محسوس ہو کر کون سا مواد اخباری اہمیت کا حامل ہے اور کون سا مواد خالص اشتہار کی صورت میں شایع ہوا ہے، جس کے لیے اشتہارات کی رقم کی ادائیگی ہوئی ہے۔ اصول پسندی کا تقاضہ ہے کہ جس مواد پر اخباری مواد کا گمان ہوسکتا ہے اس پر نمایاں طور پر ''اشتہار'' کا لفظ درج کر دیا جائے تک قارئین کو کسی قسم کا مغالطہ نہ ہو۔ انگریزی اخبارات میں بھی ایسی الجھن پیدا کرنے والے تشہیری مواد کے نیچے صاف طور پر Advu یا Advertisemment کا لفظ نمایاں طور پر درج کر دیا جاتا ہے۔ اخبارات کے مالکان کی تجارتی پالیسی، انفرادی پالیسی یا کسی بھی پالیسی کا اثر کسی بھی طرح سے اخباری میں شائع ہونے والی خبروں پر نہ پڑھے۔ ایسی احتیاط برتنی ضروری ہے۔ حق گوئی، دیانت داری اور شائستگی ہر اصول پسند، کامیاب اور سلیقہ مند اخبار کے واضح اصول میں جن پر بڑی سختی سے کاربند رہنا چاہیے۔ جس طرح ہر فرد کا ایک اخلاق یا کردار ہوتا ہے بالکل اسی طرح ہر اخبار کا بھی ایک اخلاق یا کردار ہوتا ہے۔ اس اخلاقی معیار سے کسی بھی نوعیت کا انحراف نہ ہو۔

نامہ نگاروں کا یہ فرض ہے کہ وہ اپنی رپورٹ وقت مقررہ سے پہلے ہی دفتر میں پہنچانے کا ہر ممکن اہتمام کریں۔ نامہ نگار جہاں کہیں بھی خبریں جمع کرنے کی غرض

سے پہنچنا ہے۔وہاں وقت کی پابندی کا خاص لحاظ کر کے پہنچے۔ ''آج کا کام کل پر نہ چھوڑو اور آج کا کام ابھی'' کے مقولے پر سختی سے عمل کرے۔ ہمیشہ تاخیر کرتے رہنے والے یا بہانہ ساز نامہ نگار کی وقعت کم ہو جاتی ہے۔اعتماد اور وقار قائم رکھنے کی سدا کوشش کی جائے۔

جو بھی رپورٹ تیار کی جائے وہ حق اور صرف حق پر مبنی ہو اور جہاں تک ہو سکے سو فیصد سچ واقعات کو عمدہ ترین طریقہ پر سجا کر پیش کیا جائے تا کہ مدیران کے علاوہ قارئین سے بھی خراج تحسین حاصل ہوتا رہے۔ موثر اور مکمل طور پر لکھی ہوئی رپورٹوں کی امتیازی خوبیوں کو قارئین بھی اچھی طرح پہچانتے ہیں اور بعض تو اسی رپورٹوں کی ستائش میں اخبار کے دفتر کو توصیفی نوٹ اور مبارکباری کے پیغامات بھیجنے کا بھی اہتمام کرتے ہیں۔چالاکی کے ذریعہ حقائق پر پردہ پوشی نہیں کی جا سکتی۔ حق گوئی کا کوئی متبادل بھی نہیں ملتا۔نامہ نگار کسی بھی بات کو لیپ ٹوٹ کر کے قابل قبول بنانے کی مذموم کوشش سے سدا باز رہے۔ بناوٹی اور جھوٹی چیزیں پیش کر کے نامہ نگار خود بدنام ہوگا اور صحافت کے پیشہ کو بدنام کرے گا۔جعلسازی اور دروغ گوئی سے کام لے کر اپنے اخبار کو کلنگ نہ لگایا جائے۔جھوٹ کا بھانڈا ایک نہ ایک دن پھوٹ کر ہی رہتا ہے۔غلو اور تعلّی سے نامہ نگار ہمیشہ دور رہے۔نامہ نگار اس بات کو ہمیشہ ذہین میں رکھے کہ اس کی ایک معمولی سی غلطی بھی کسی کی معش، نیک نامی یہاں تک کہ زندگی کا ستیاناس کر سکتی ہے۔نامہ نگار کے دل و دماغ میں یہ احساس ہمیشہ جواں رہے کہ جو بات اخبار میں شائع ہوتی ہے اسے ہزاروں لوگ

پڑھتے ہیں اور رائے عامہ کی تشکیل میں نامہ نگار کی تحریروں کا بالراست اور کبھی کبھی براہ راست تعلق رہتا ہے۔ ناموں کے سلسلہ میں نامہ نگار حد درجہ احتیاط برتے۔ اکثر و بیشتر افراد کے نام میں ابتدائی حروف Initials ہوتے ہیں۔ ان حروف میں ذرا سی غلطی کسی بھی دوسرے فرد کی پریشانی یا پشیمانی کا باعث ہوسکتی ہے۔ ناموں اور ابتدائی حروف کی دوبارہ سہ بارہ تصدیق کرلی جائے۔ تاکہ کسی بھی غفلت، غلطی یا تاسف کا احتمال نہ رہے۔ جو بھی خبر جمع کی جائے پوری کاملیت سے جمع کی جائے۔ آدھی خبر یا نامکمل خبر ناقابل قبول ہوتی ہے۔ کسی بھی خبر کا خواہ وہ طویل ہو یا مختصر مکمل اور جامع ہونا بے حد اہم ہے۔ جہاں تک ہو سکے افواہ، گپ شپ اور بے جا بکواس پر توجہ ہی نہ دی جائے اور اگر کسی افواہ کو شائع کرنے کی ضرورت پڑ بھی جائے تو یہ صاف لکھا جائے کہ وہ ''افواہ ہے'' یا ''افواہ سنی جارہی ہے'' یا ''یہ افواہ تیزی سے گشت کررہی ہے'' یا ایسے جملے استعمال کیے جائیں کہ: ''غیر مصدقہ اطلاعات کے مطابق..........'' ایسی مبہم یا بازاری افواہوں پر مبنی خبروں کو زیادہ نمایاں طور پر شائع کرنے سے پرہیز ہی بہتر ہے۔ کسی بھی خبر کو تعصب اور جانب داری سے یکسر پاک رکھا جائے۔ کوئی امر متنازعہ تو تصویر کے دونوں رخ پوری دیانت داری کے ساتھ پیش کریے جائیں تاکہ قارئین خود کسی فیصلہ پر پہنچ جائیں۔ طرفداری سے سخت اجتناب برتا جائے۔ اصل تفصیلات پر پردہ ڈال کر خبروں کے کچھ حصہ کو پیش کر کے قارئین کو گمراہ نہ کیا جائے۔ عجلت کا بہانہ کر کے غفلت اور صداقت کو پوشیدہ رکھنے کی سعی نہ کی جائے۔

نامہ نگاری میں جدت طرازی

نامہ نگاری آج کے نامہ نگاروں کا ایجاد کردہ مشغلہ نہیں ہے۔ نامہ نگاری کا عمل کئی صدیوں سے جاری ہے۔ ہاں یہ اور بات ہے کہ جدید نامہ نگاروں نے اس میدان میں کافی ترقی کی ہے اور نت نئے طریقوں سے اس فن کے گیسو سنوارنے میں اپنی کوششیں صرف کی ہیں۔

ایتھنز کے قدیم باشندے سے اپنے ڈراموں میں مکالموں کے ذریعہ وہی خدمت انجام دیتے تھے جو جدید زمانہ میں اخباری نامہ نگار انجام دے رہے ہیں۔ رومتہ الکبریٰ (Rome) کے پرچہ نولیس خبروں پر مشتمل اشتہار (پوسٹر) لکھ کر شہر کے چوراہوں پر چسپاں کرتے تھے اور یہ اعلان نامے وہی فریضہ ادا کرتے تھے جو آج کل کے اخبارات وسیع پیانہ پر ادا کر رہے ہیں۔ جب مطبوعہ شکل میں اخبار شائع ہونے لگے تو نامہ نگاری کا میدان وسیع ہوا اور اس میں مسلسل ترقی ہوتی چلی جا رہی ہے۔ نامہ نگاری کا فن گزشتہ چار بلکہ پانچ صدیوں سے برابر نکھرتا اور درجہ بر درجہ ترقی کرتا چلا آرہا ہے۔ نامہ نگاری بحیثیت فن بلند و بالا مقام پا چکی ہے۔ نامہ ناروں ن توجہ، لگن اور محنت سے اس فن کو ممتاز مقام بخشا ہے۔ اس مشغلے کے معیار میں مسلسل بلندی لائی گئی ہے۔ تقریباً ہر ملک میں بہ یک وقت نامہ نگاری کے میدان میں جدید اور کامیاب تجربے کیے گئے ہیں۔ امریکی اور برطانوی یونیورسٹی میں نامہ نگاری پر بے شمار سیمینار منعقد ہوئے ہیں اور نامہ نگاری کے تقریباً ہر شعبہ پر مستند کتابیں شائع ہوئی ہیں.................................اخباری

نامہ نگاری کے علاوہ ریڈیو، ٹیلی ویژن اور فلمی نامہ نگاری پر بھی کئی تحقیقاتی جائزے لیے ہیں۔ ماہر اور تجربہ کار نامہ نگاروں کی بیسیوں آپ بیتیاں منظر عام پر آئی ہیں۔ تجربہ کار نامہ نگاروں کے صحیح اور دلچسپ تذکروں سے بھی نامہ نگاری کے میدان میں آزمودہ کئی نئی تراکیب کا اندازہ ہوتا ہے۔ ان سوانح عمریوں اور ذاتی تذکروں کے گہرے مطالعہ سے نامہ نگاری کے مختلف پہلوؤں پر لیے گئے تجربات سے کئی فکر انگیز نکات بھی ملتے ہیں۔

قدیم زمانہ میں یوروپی ممالک میں سیاسی تغیرات پر کتابچے تحریر ہوتے تھے۔ جرمنی اور دیگر صنعتی ممالک میں تازہ ترین تجارتی معلومات کی ترسیل کے لیے خصوصی خبرناموں کا سلسلہ جاری تھا۔ مطبوعہ اخبار شائع کرنے والے اولین صحافیوں کو اس بات کا صحیح اور مستند علم تھا کہ ہمعصر قارئین کی خصوصی دلچسپیاں کیا تھیں اور کس نوعیت کی خبروں کے مطالعہ سے زیادہ مسرور اور مطمئن ہوتے تھے۔ انہیں اخباری نامہ نگاری میں ایک عجیب لطف محسوس ہوتا تھا۔ ان کی تحریری صلاحتیں بھی عمدہ اور پختہ تھیں۔ حالانکہ ترسیل کے وسائل بہت محدود تھے پھر بھی ان پیش رو صحیفہ نگاروں نے اپنی جدت طرازی سے اس عملی میدان میں بہتری لانے کی کئی کامیابی کوششیں کی تھیں۔ وہ ہر ممکن طریقہ سے تازہ ترین خبروں کو اکٹھا کرتے تھے اور قابل قبول طریقہ پر مطبوعہ صفحات پر پیش کرتے تھے۔

آج کل کئی نامہ نگار تقاریر، بیانات اور خصوصی ملاقاتوں میں کی گئی بات چیت کو مستقل اور معتبر بنانے کے لیے ٹیپ ریکارڈوں کا سہارا لیتے ہیں۔ ظاہر ہے کہ ٹیپ

ریکارڈ کے ذریعہ ہر لفظ ریکارڈ ہو رہا ہو تو نہ شارٹ ہینڈ نوٹس لینے کی ضرورت ہو گی اور نہ اہم نکات کو اپنی ڈائری میں نوٹ کرنے پر وقت ضائع ہو گا۔ خود بیان دینے والے کی آواز میں ہر چیز صدا بند ہو جائے گی تو بعد اور انکار اعتذار کی گنجائش ہی نہیں رہ جاتی۔ اگر ٹیپ محفوظ کر لیا جائے۔ تو ہر لفظ کا ثبوت آسانی سے فراہم کیا جا سکتا ہے۔ جب کسی سیاست داں یا اعلا افسر کو پورا علم ہے کہ اس کا بیان یا انٹرویو باقاعدہ صدا بند کر لیا گیا ہے تو وہ کسی بھی بیان یا جملہ کی تردید کرنے سے باز رہے گا، وہ کسی بھی لفظ کو ہرگز جھٹلا نہ سکے گا۔

ایک محتاط نامہ نگار اہم بیانات کو مزید مستند بنانے کی غرض سے ہر بات ضرور ریکارڈ کرلے گا۔ ٹیپ ریکارڈ یا کیسیٹ ریکارڈ ساتھ لے جاتے وقت یہ اطمینان کر لینا ضروری ہے کہ کیسیٹ ریکارڈ بالکل ٹھیک ہے اور ریکارڈنگ میں کوئی وقت یا رکاوٹ نہیں ہے۔ یہ احتیاط بھی کر لینی اہم ہے کہ استعمال ہونے والا ٹیپ یا کیسیٹ (Cassette) عمدہ معیار کا ہے۔ اور ریکارڈر میں ریکارڈنگ کی سہولت کی کوئی خامی نہیں ہے۔ بہر حال ٹیپ ریکارڈ ایک میکانکی آلہ ہے اور اس میں کبھی بھی کوئی نہ کوئی خامی پیدا ہو سکتی ہے۔ جہاں بیان صدا بند ہو رہا ہے وہاں اس بات کا بھی یقین کر لینا ضروری ہے کہ آس پاس کی گڑبڑ یا شور سے ریکارڈنگ میں کوئی خلل اندازی نہیں ہو رہی ہے۔

محتاط نامہ نگار کے لیے یہ مشورہ بھی مفید اور قابل عمل ہے کہ ٹیپ ریکارڈر کی موجودگی کے باوجود وہ اہم نکات اپنی نوٹ بک میں یا کسی کاغذ پر ضرور نوٹ کر لے،

یعنی ٹیپ ریکارڈ پر سو فی صد بھروسا کر لینے کی غلطی سے بچا جائے۔ البتہ ریکارڈنگ ٹھیک ہو اور وقت اجازت دے تو ہر جملہ اور ہر لفظ کی، کیسیٹ کی مدد سے تصدیق کی جاسکتی ہے۔ اگر ٹیپ ریکارڈر ہی پر تکیہ کرلیا جائے تو نامہ نگار کاہل ہو جائے گا، وہ کسی بھی تقریر یا بیان کو مکمل توجہ سے نہیں سنے گا۔ اگر نامہ نگار صرف ٹیپ ریکارڈر ہی کو زیادہ اہمیت دے کر اپنے مخاطب پر زیادہ توجہ نہ دے تو بیان دینے والا بھی اپنی دلچسپی کھو دے گا۔ ٹیپ ریکارڈر کا استعمال کرنے سے پہلے متعلقہ ترجمان یا افسر سے پیشگی اجازت لینی ضروری ہے۔ متعلقہ فرد کے علم کے بغیر، مخفی طور پر ریکارڈر کا استعمال ایک غیر اخلاقی حرکت سمجھی جائے گی۔

آج کل ٹیلی فون کے ذریعہ بھی خبریں جمع کرنے کا رواج عام ہوتا جارہا ہے۔ عام طور سے یہ باور کرلیا جاتا ہے کہ ایسا کرنے سے وقت اور محنت کی کافی بچت ہو جاتی ہے اور خرچ بھی کم آتا ہے۔ مگر ماہر نامہ نگار اس خیال کا اظہار کرتے ہیں کہ ٹیلی فون گفتگو کے ذریعہ خبریں جمع کرنے کا طریقہ زیادہ معتبر، مستند اور معقول نہیں ہے۔ کم از کم جہاں تنازعات ہیں وہاں ٹیلی فون سے کسی قسم کی بات معلوم کرنے کی کوشش نہ کی جائے۔ جو بات ذاتی طور پر ملاقات کر کے براہ راست خبریں جمع کرنے میں ہے وہ ٹیلی فون گفتگو میں ہرگز نہیں ہے۔ خبریں دینے والے بھی صرف ٹیلی فون کے ذریعہ معلومات جمع کر لینے والے نامہ نگار کے بارے میں کوئی اچھی رائے قائم نہ کریں گے۔ کوئی بھی ترجمان یا افسر یا وزیر یا سفیر ایک اجنبی یا ان دیکھے نامہ نگار کو صرف ٹیلی فون پر صحیح اور سالم تفصیلات دینے میں جوش نہیں دکھائے گا۔

ممکن ہے کہ بعض افراد ٹیلی فون پر کوئی اہم اشارہ تک دینے سے صاف انکار کر دیں یا معمولی بہانہ سازی سے اہم تفصیلات کی پردہ پوشی کریں مذکورہ فرد ٹیلی فون پر تفصیل خوشی سے دے رہا ہے یا با دل ناخواستہ دے رہا ہے اس کا اندازہ نامہ نگار کر ہی نہیں سکتا۔ ممکن ہے کہ طویل ٹیلی فون گفتگو کو بھی وہ ناپسند کرے۔ لہذا یہ ایک خصوصی نفسیاتی مسئلہ ہے کہ اسی لیے تجربہ کار نامہ نگار جہاں تک ہو ٹیلی فون بات چیت سے احتراز کرتے ہیں۔ کبھی کبھی ضروری تصدیق کے لیے مختصر ٹیلی فون بات چیت کر لی جائے تو مضائقہ نہیں۔ بعض افراد ایسے مصروف، منطقی یا اہم ہوتے ہیں کہ ان سے ذاتی ملاقات .... سے زیادہ آسان ٹیلی فون رابطہ ہوتا ہے۔ ایسے افراد سے مجبوراً ٹیلی فون ہی پر تعلق قائم کر کے ضروری تفصیلات سے آگاہ ہونے میں کوئی قباحت نہیں۔

یہ ایک عام عقیدہ ہے کہ کوئی بھی تحریری کوشش اور تھوڑی محنت یا توجہ سے مزید دلکش بنائی جا سکتی ہے۔ نامہ نگار چاہے تو لگن اور مشقت سے ہر رپورٹ کو ایک نئی تاثیر بخش سکتا ہے۔ نامہ نگاری صحافت کا ایک ایسا باب ہے جس کا ''حرفِ آخر'' آج تک نہیں لکھا گیا اور شاید لکھا بھی نہیں جائے گا۔ یہ ایک مشغلہ ہے جس میں ع '' ستاروں سے آگے جہاں اور بھی ہیں۔'' کے مصداق ترقی اور جدت طرازی کی کوئی حد مقرر نہیں ہو سکتی۔ یہ ایک بحرِ بیکراں ہے اور ہر نامہ نگار اپنے تجربات کی بنیاد پر، اپنے اندازِ فکر سے، اپنی تخلیقی قوتوں کے استعمال سے اس میں لامحدود تبدیلیاں لا سکتا ہے، خوب سے خوب تر کی تلاش میں ہمیشہ سرگرم عمل رہ سکتا ہے۔

نامہ نگاروں کے لیے خصوصی ہدایات

نامہ نگاروں کو خبریں جمع کرنے کے دوران ایسے مواقع آتے ہیں جہاں کافی احتیاط اور اصول پسندی سے کام لینا پڑتا ہے۔ سب سے بڑی مشکل اس وقت آتی ہے جب انہیں تحفوں سے نوازا جاتا ہے۔ یا کسی نہ کسی طریقہ سے للچانے کی کوشش کی جاتی ہے۔ یوروپ اور امریکہ کے بعض چوٹی کے اخبارات نے اپنے نامہ نگاروں کے لیے فرائض منصبی کی بجا آوری کے دوران دوسروں کی جانب سے ایک پیالی چائے تک قبول کرنے کی ممانعت کر رکھی ہے۔ نامہ نگار کے لیے ایک پیالی کافی یا سگریٹ تک ٹھکرا دینے کی شرط بہت سخت اور بظاہر غیر اخلاقانہ دکھائی دیتی ہے مگر اس اصول کے پیچھے ایک اہم فلسفہ پوشیدہ ہے۔ اگر نامہ نگار کو آج ایک پیالی چائے قبول کرنے میں جھجک نہیں ہے تو کل وہ چھوٹے موٹے تحائف کو قبول کرنے سے بھی پیچھے نہیں رہے گا ماہر نامہ نگاروں کو کئی موقعوں پر پشیمانی بھی ہوتی ہے۔ عام طور پر کانفرنسوں، سیمیناروں یا ایسے ہی بڑے موقعوں پر انہیں کئی سہولتیں پیش کی جاتی ہیں۔ کاغذ، قلم، اور فائل یا دستی بیگ دینے کا رواج عام ہے جب کوئی اہم نمائش ہوتی ہے تو اپنے اسٹال پر آئے ہوئے صحافیوں کو اپنی مصنوعات تحفہ میں دینے کا اہتمام کیا ہوتا ہے۔ جب کسی نئی ریل گاڑی کا آغاز ہوتا ہے تو پہلے سفر میں صحافیوں کو مدعو کیا جاتا ہے۔ ڈراموں موسیقی پروگراموں، سرکس کھیلوں، نمائشوں اور ایسی ہی عوامی تفریح گاہوں کے مفت پاس (Pass) صحافیوں کو دیے جاتے ہیں۔ کیا ایسی رعایتیں نامہ نگار ہنسی خوشی قبول کر لے یا انہیں قبول کرنے سے صریحاً انکار کر دے؟

بعض مالکان اخبار یہ خیال کرتے ہیں کہ کسی تفریحی پروگرام یا سینما شو یا سرکس یا موسیقی کی محفل میں نامہ نگار اکیلا یا معہ دوست و احباب یا معہ اراکین خاندان چلا جائے اور وہاں اس کی خاطر مدارات ہو جائے تو وہ ایک طرح سے منتظمین کا احسان مند اور شکر گزار ہو جاتا ہے اور بہت ممکن ہے کہ تبصرہ لکھتے وقت صرف تعریف ہی کرے۔ نامہ نگار کے لیے یہ بات بھی بڑی صبر آزما اور باعث کشمکش ہوتی ہے کہ وہ مفت پاس اور ضیافت وغیرہ سے مستفیض ہو کر بھی اعتراضات اور تنقید سے باز نہ آئے۔ یہ ایک تیکھا مسئلہ ہے۔ اس مسئلہ کی موافقت میں بھی اتنا ہی کہا جا سکتا ہے جتنا کہ مخالفت میں۔ اکثر پریس کانفرنسوں میں پرتکلف ناشتوں یا ضیافتوں کا اہتمام رہتا ہے۔ بڑے بڑے صنعت کاروں یا سفارت خانوں سے بلائی گئی اخباری کانفرنسوں میں قیمتی شراب کی بوتلوں سے بھی صحافیوں کی فراخ دلانہ تواضع کا خصوصی اہتمام رہتا ہے۔ خود حکومت کی جانب سے منعقدہ اخباری کانفرنسوں میں مختصر یا شاندار محفل دعوت آراستہ رہتی ہے۔ عموماً دیکھا بھی گیا ہے کہ چند کٹر اصول پرست صحافی ایسی محفلوں میں پانی تک بھی نہیں پیتے۔ اور ساتھ ہی یہ بھی مشاہدہ ہے کہ بعض صحافی ایسے موقعوں پر مہمان نوازی کا بھرپور فائدہ اٹھاتے ہیں۔ بہتر ہے کہ ایسے نازک معاملات میں مالکان اخبار یا اپنے اعلا افسران یا مدیران کی ہدایات پر عمل کیا جائے۔ بعض بڑے اخبارات میں ایسے سوالات پر واضح ہدایات جاری رہتی ہیں۔ نامہ نگار چونکہ ایک ملازم ہوتا ہے اس پر یہ فرض ہے کہ ایسے اہم معاملات میں وہ اخبار کے انتظامیہ کی جانب سے طے شدہ اور منظور شدہ ہدایات ہی پر عمل کرے۔

نامہ نگاروں کے سامنے ایک اور مشکل اس وقت آ جاتی ہے جب انہیں کوئی اطلاع یا تفصیل اس شرط یا درخواست کے ساتھ دی جاتی ہے کہ اطلاع صرف ''برائے اطلاع'' ہے اور اس کی اشاعت ہرگز نہ کی جائے۔ ایسے بیانات کو ''ریکارڈ سے الگ'' یا ''ممنوعہ برائے اشاعت'' کہہ سکتے ہیں۔ انگریزی میں سے Off-The-Ricord مواد کہا جاتا ہے۔ اس سوال پر بھی ہمیشہ نامہ نگاروں میں اتفاق نہیں ہوتا۔ منجھے ہوئے سیاست داں اخباری کانفرنسوں میں بھی گہری چال چل جاتے ہیں۔ اہم بات ظاہر کر دیتے ہیں مگر فوراً یہ درخواست کر بیٹھتے ہیں کہ وہ اس مخصوص بات کو اپنی حد تک ہی رکھیں اور اخبارات میں ''برائے اشاعت'' نہ دیں۔ بعض اخبارات اپنے نامہ نگاروں کو واضح ہدایت دیتے ہیں کہ وہ ایسے موقعوں پر بیان دینے والوں سے صاف الفاظ میں کہہ دیں کہ وہ ایسی بات جو ایک اخباری کانفرنس میں کہہ دی گئی ہے زیادہ دیر تک صیغۂ راز میں نہیں رکھ سکتے۔ کچھ مدیران اخبارات کی رائے ہے کہ جو بات اخباری کانفرنس یا نجی ملاقات یا اخباری ملاقات میں کہی اور فوراً یہ التماس ہو جائے کہ اسے راز ہی رکھا جائے تو بہت ممکن ہے کہ یہ بات کسی دوسرے معتبر ذریعہ سے بھی نامہ نگار کو مل جائے تو ایسی صورت میں یہ دعویٰ نہیں کیا جا سکتا کہ مذکورہ بات صرف اخباری کانفرنس میں کہی گئی اور ایسی بات کا اندازہ کسی دیگر ذریعہ یا وسیلہ سے ہو ہی نہیں سکتا۔ کچھ مدیران اس طرح دلیل پیش کرتے ہیں کہ ایک اوسط اخباری کانفرنس میں بارہ، پندرہ یا بیس نامہ نگاروں اور فوٹو گرافروں کی موجودگی میں بیان کر دی گئی بات کو صیغۂ راز میں رکھنے کی کوششیں بیکار

ہے کیونکہ کسی نہ کسی طرح سے راز افشا ہو کر رہے گا اور وہی بات کسی نہ کسی اخبار کے صفحات پر جلد یا بدیر ضرور شائع ہو کر رہے گی۔ یہ بھی ممکن ہے کہ ایک شریف اور بااصول نامہ نگار ترجمان کی خواہش کا احترام کرتے ہوئے وہ خبر اپنے اخبار سے مخفی ہی رکھ لے اور کوئی دوسرا اخبار اسے چھاپ دے۔ کچھ ماہر نائب مدیران یہ دلیل پیش کرتے ہیں کہ ''منہ سے جو بات نکلی ہے'' وہ نکل ہی گئی ہے اور اسے مزید پوشیدہ رکھنا دانائی نہیں ہے۔ بہتر صورت یہ ہے کہ نامہ نگار ایسی خبر کی تفصیل اپنے اخبار کو بہم کر دے اور پوشیدہ رکھنے کی درخواست کا بھی تذکرہ کر دے اور یہ ذمہ داری اخبار کے عملۂ ادارت کو تفویض کر دے کہ وہ چاہیں تو خبر چھاپ دیں یا اشاعت روک دیں۔ بہت ممکن ہے کہ عملۂ ادارت کے اراکین ایسی خبر کی شہہ پا کر کسی دیگر مستند وسیلہ سے جانچ پڑتال کر کے اپنی ذمہ داری سے اسے مناسب طریقہ پر شائع کر دیں۔

نامہ نگاروں کو یہ مفید مشورہ دیا جاتا ہے کہ وہ اپنا خود کا ایک ''شارٹ ہینڈ'' (Short Hand) ترتیب دے لیں جس کو صرف وہ استعمال کریں اور دوسروں کو اس سے متعارف ہونے کا موقعہ نہ دیں۔ نامہ نگار خود ہی اس ''خصوصی'' اور ''ذاتی'' شارٹ ہینڈ کا مصنف یا مرتب ہو اور صرف وہی اس کا مطلب نکالنے میں طاق ہو۔ یہ خصوصی شارٹ ہینڈ کچھ اس طرح کا ہو:

شارٹ ہینڈ	لفظ
:	کہا
؟	سوال کیا
!	جواب دیا
وا	وزیراعلی
آر	آل انڈیا ریڈیو
شن	دوردرشن
ت	تردید کی
شا	............نے شکریہ ادا کیا
خ	............نے خیر مقدمی تقریر کی
گل	............نے گل پوشی کی
اون	مرکزی وزیر برائے اطلاعات ونشریات
د	نئی دہلی
ص	صدرجمہوریہ ہند

بہر صورت ان خطوط پر نامہ نگار اپنا ''خفیہ''، ''خصوصی'' اور ''ذاتی'' شارٹ ہینڈ زائچہ مرتب کرلے۔

نامہ نگار ہمیشہ اس بات کو اپنے ذہن میں رکھے کہ وہ ہمعصر زمانہ کا مؤرخ ہے،

اور اسی اہمیت کی وجہ سے اس کی دیے ہوئے حقائق میں سو فیصدی صداقت ہو اور اعداد و شمار میں کوئی نقص نہ ہو۔

اگر خبر پیچیدہ یا غیر واضح یا عام قاری کی سمجھ بوجھ سے بالاتر محسوس ہو تو نامہ نگار ایسی خبر کو صاف، بالکل وضاحت اور قابل فہم بنانے پر تمام تر توجہ دے۔ حقائق اور رائے کو خلط ملط نہ ہونے دے۔

کسی بھی تفصیل کو رد کرتے وقت یا کسی بھی معاملہ کو غیر معمولی اہمیت دیتے وقت نامہ نگار حد درجہ دیانت داری، راست بازی، انصاف پر وری اور شائستگی سے کام لے۔ ہر نوعیت کی عصبیت سے پرہیز کرے۔ غیر جانب دارانہ رویہ اختیار کرنے کو وہ عبادت کا درجہ دے۔

غیر مقبول معاملات کو وہ یکسر نظر انداز کرنے کے بجائے ان کی غیر مقبولیت کی اصل وجہ گہرائی کے ساتھ جاننے کی کوشش کرے۔ ذاتی طور پر بھی وہ کسی فرد یا ادارہ یا جماعت کو ناپسند کرتا ہو تو بھی حیثیت صحافی وہ ہر معاملہ کو ایک عوامی معاملہ سمجھ کر ''بادل ناخواستہ'' ہی سہی اس معاملہ سے نپٹے کیونکہ کوئی بھی نامہ نگار اپنی ذمہ داری سنبھالتے وقت اپنی ذاتی پسند یا ناپسند کی کسوٹی پر حقائق اور معاملات کو رد نہیں کر سکتا۔ کسی بھی متنازعہ معاملہ میں وہ فریقین کو یکساں مواقع دے کر پیشہ ورانہ دیانت داری کا پرچم بلند و بالا رکھے۔ یہ یاد رکھنا ضروری ہے کہ اخبارات میں ''مقابلہ آرائی'' ہی سے دلچسپی کی راہیں کشادہ ہو سکتی ہیں۔ جس طرح کسی بھی جمہوری حکومت میں برسر اقتدار جماعت کے برابر حزب اختلاف (Opposition) کو بھی اہمیت دینی

لازمی ہوتی ہے۔ بالکل اسی طرح اخبارات میں مختلف الرائے جماعتوں کو یکساں اہمیت دیناضروری ہے۔ کسی بھی خاص معاملہ پر نامہ نگار اپنی رائے عوام پر مسلط نہیں کرسکتا۔ اگر کسی اہم معاملہ پر اسے اپنی ذاتی رائے کے اظہار کی خواہش ہے تو وہ اپنی رپورٹ ہی میں غیر مبہم الفاظ میں یہ واضح کردے کہ رائے ''انفرادی'' اور ''ذاتی'' ہے۔

نامہ نگار کو عنایت اور کرم، مہربانی اور تعاون کے طلب گاروں سے فرار حاصل کرنا بہت مشکل ہے۔ نامہ نگار کی سماجی حیثیت سے ناجائز فائدہ اٹھانے کے لیے اس کی سفارشوں کے متلاشی بھی کافی تعداد میں موجود رہیں گے۔ رابطہ عامہ دفاتر کے چالاک افسران بھی نامہ نگار کی حمایت جیتنے میں ہمیشہ سرگرداں رہیں گے۔ نامہ نگار کو ایسے استحصال کرنے والے افراد سے دامن بچا کر چلنے کی خو ڈالنی چاہیے۔ وہ ایسے نازک معاملات میں حد درجہ محتاط اور اصول پسند بنا رہے۔ اپنی آزادی کو نظر بد سے بچائے رکھے۔ وہ چند لوگوں کی نظروں میں کھٹکے تو کھٹکے مگر صحافت کی لاج نبھانے کی خاطر صحافت کے زریں اصولوں سے الگ ہو کر چلنے کی کوشش سے یکسر باز رہے۔ نامہ نگار کی زندگی میں کئی ایسے مواقع آتے ہیں جب اس پر اثر ورسوخ کا دباؤ پڑتا ہے۔ طرح طرح سے بہلانے۔ پھسلانے، للچانے یا دھمکانے کی کوشش کی جائے گی۔ وہ اپنی احتیاط پسندی اور بیباکی سے ایسے معاملات میں پاک دامن رہنے میں کامیابی حاصل ک سکتا ہے۔ کبھی کبھی مشتہرین احباب نامہ نگاروں کی تحریروں میں مداخلت کرنے کی کوشش کرتے ہیں تو کبھی اعلا سرکاری افسران بھی

نامہ نگاروں کی تحریروں میں ردو بدل کے خواہش مند رہتے ہیں۔تاجر برادری سے بھی بار ہا دباؤ پڑتا ہے کہ کسی خاص معاملہ میں طرفداری،نرمی یا سختی سے رپورٹ تیار کی جائے۔مزدورہ طبقہ بھی اپنے طور پر نامہ نگار سے جانب داری یا کسی اہم مسئلہ پر حمایت کا خواستگار ہوگا۔مذہبی پیشوا بھی وقتاً فوقتاً نامہ نگار سے کس خاص رویہ کے طلبگار ہوسکتی ہیں نسلی معاملات پر جذباتی ڈھنگ سے بھی اثر اندازی کس سعی ممکن ہے۔الغرض طرح طرح سے نامہ نگار کے رحجانات کو متاثر کرنے کی کوشش عموماً ہوا کرتی ہے۔نامہ نگاروں کے علاوہ مدیروں ،تبصرہ نگاروں کالم نویسوں ، جائزہ نویسوں اور دیگر صحافیوں کو بھی اثر ورسوخ سے مرعوب کرنے کی کوشش کی جاتی ہے۔ جہاں لوگ سنگین جرائم مثلاً اغوا،خودکشی ،غبن ،چوری، ڈکیتی، غارت گری،آتش زنی وغیرہ واقعات میں ملوث ہوتے ہیں۔وہاں نامہ نگاروں کو جسمانی اذیت بلکہ قتل تک کی دھمکیاں دی جاتی ہیں۔خود ہندوستان میں کئی ایسے بدنصیب واقعات کی ایک طویل فہرست بن سکتی ہے۔جس میں نامہ نگاروں ، مدیروں اور مالکان اخبارات کو موت کے گھاٹ اتارا گیا ہے۔ان تمام خطرات کا پہلے ہی سے اندازہ لگا کرنامہ نگار کو باہمت طریقہ سے ایسی مصیبتوں کا سامنا کرنے کے لیے اپنے آپ کو تیار کرنا ہوتا ہے۔ایسے تمام صبر آزما، حوصلہ آزما اورقوت آزما موقعوں پر نامہ نگار اپنے پیشہ کی نیک نامی کالحاظ کرے اوراپنی ذہنی دیانت داری کا مظاہرہ کرے۔

باب 6

مسودہ کی تیاری

رپورٹ کی تفصیلات جمع ہو جانے کے بعد رپورٹ کی تحریر کا مرحلہ ہوتا ہے۔ ضروری ہے کہ مسودہ جس حد تک ممکن ہو درست اور قابل قبول ہو۔ جہاں تک ہو سکے نائب مدیروں کو ایسا مسودہ دیا جائے جس میں انہیں تصحیح کی کم سے کم ضرورت پڑے۔

مسودہ کی صحت

انگریزی اور دیگر زبانوں میں جہاں ٹائپ رائٹر کی سہولت ہے اخبارات کا اصرار ہوتا ہے کہ ہر مسودہ ٹائپ کر کے دیا جائے۔ کسی بھی زبان میں ٹائپ شدہ کاپی میں ایک سطر اور دوسری سطر کے درمیان ''دگنی خالی جگہ'' Double Space چھوڑنے کی روایت ہے۔ بعض اہم اخبارات میں تو اصرار کیا جاتا ہے کہ اخباری مسودہ میں ''تین گنی خالی جگہ'' Double Space بین السطور میں چھوڑی جائے۔ ایک سطر اور دوسری سطر کے درمیان زیادہ سے زیادہ سفید جگہ یا خالی جگہ چھوڑنے کی ضرورت اس لیے محسوس کی گئی ہے کہ تصحیح کرنے میں زیادہ سہولت رہے۔

اردو زبان کے مسودوں کے لیے بھی یہی کہا جا سکتا ہے کہ مسودہ کھلا کھلا خوشخط تحریر کیا جائے۔ ایک سطر اور دوسری سطر کے درمیان مناسب جگہ چھوڑی جائے۔ جہاں تک استطاعت ساتھ دے مسودہ ''ملقری'' (Legible) تحریر ہو یعنی ''جو آسانی سے پڑھی جائے۔'' ہمارے خوش نویس احباب مسودہ کو ''من وعن'' نقل کر دیتے ہیں اور وہ مسودہ میں کسی بھی طرح کی تبدیلی نہیں کرتے۔ وہ ''نقل مطابق اصل'' کے رویہ پر قائم رہتے ہیں اور اپنی اہلیت اور قابلیت کو استعمال کر کے چھوٹی موٹی تحریری غلطیوں کو وقت ضرورت کے صحت کے ساتھ لکھ دینے کی زحمت گوارا نہیں کرتے یا یوں کہا جا سکات ہے۔ کہ وہ کوئی معمولی ذمہ داری بھی اپنے سر لینا نہیں چاہتے۔ اسی وجہ سے یہ لازمی ہے کہ مسودے زیادہ سے زیادہ احتیاط کے ساتھ تیار کیے جائیں۔ مسودہ جس قدر درست ہو گا کتابت بھی اسی قدر درست ہو گی۔ لیتھو کی کاپی کا رواج تو اب بھی عام ہے مگر بیشتر اخبارات اور رسائل میں آفسیٹ کی طباعت مقبول ہوتی جا رہی ہے۔ لیتھو کی کاپی ہلکے زرد رنگ والے گنجی کاغذ پر تیار ہوتی ہے اور اس پر کتابت کی مخصوص روشنائی سے کتابت کی جاتی ہے۔ آفیسٹ کے لیے سیاہ روشنائی کا استعمال ہوتا ہے۔ خوشنویس احباب کا بھی یہی اصرار ہوتا ہے کہ مسودہ صحیح ہو اور کسی قسم کی گڑبڑ نہ ہو۔

مسودہ کے ضروریات

عام طور سے اخباری مسودوں کے لیے معیاری اخبارات میں 11*8/1/2 سائز کا کاغذت استعمال ہوتا ہے۔ جہاں نیوز پرنٹ کے رول سے بچے ہوئے کاغذ سے مسودے کا کاغذ نکال لیا جاتا ہے وہاں 51/2*8/1/2 کے سائز کے کاغذ بھی استعمال ہوتے ہیں۔ اکثر و بیشتر انگریزی اخبارات میں مسودوں کے لیے ہلکے زرد رنگ کے کاغذ کو ترجیح دی جاتی ہے۔ مسودوں کے لیے دبیز کاغذ، بانڈ پیپر یا مہین کاغذ کے استعمال سے پرہیز کیا جائے یعنی مسودہ کا کاغذ نہ بہت ہی نفیس ہو اور نہ بہت ہی پتلا یا کھردرا ہو۔ اکثر اخبارات میں مسودوں کے لیے ایسے پیڈ مہیا کیے جاتے ہیں جن میں کاربن کاغذ بھی لگا ہوتا ہے تاکہ ہر مسودہ کی ایک نقل ضرور رہ جائے۔ بعض بڑے اخبارات میں دو یا تین کاربن کاغذ دیے جاتے ہیں تاکہ مسودہ کی تین یا چار نقلیں محفوظ رہیں۔

اخباری مسودہ کاغذ کی ایک ہی جانب لکھا جانا ضروری ہے۔ کاغذ کی پشت پر ہرگز کوئی مواد تحریر نہ کیا جائے۔

سہولت کے لیے کاغذ کے چاروں طرف کم و بیش ایک انچ کا حاشیہ چھوڑا جائے۔

جہاں تک ممکن ہو تو ہر جملہ سطر کے آخر پر ہی ختم کیا جائے۔

پیراگراف صاف تحریر ہوں تاکہ کتابت کرتے وقت پیراگرافوں کی صحیح تقسیم ہو۔

جب مسودہ ختم ہو جائے تو ''ختم شد'' کے لیے عموماً یہ #نشان لگایا جاتا ہے۔ بعض احباب یہی نشان تین بار لگاتے ہیں یعنی ###۔ جہاں مسودہ ٹائپ ہوتا ہے وہاں بھی یہ #نشان ٹائپ کیا جات ہے، اتفاق سے اگر ٹائپ رائٹر میں اس #نشان کا اہتمام نہ ہوتو 30 کا ہندسہ ٹائپ کیا جاتا ہے۔ عالمگیر سطح پر 30 سے مراد ''ختم شد'' ہے۔ سالوں پہلے کی بات ہے کہ عبارت کے خاتمے پر 12 کا ہندسہ لکھ دیا کرتے تھے۔ یہ لفظ ''حد'' کے ابجد کا مجموعہ ہے۔ یعنی ''ح'' کے 8 اور ''د'' کے 4= جملہ 4+8=12 مرزا غالب نے اس ہندسے کے بارے میں لطیفے کے طور پر مہر کو لکھا تھا: ''صاحب بندۂ اثنا عشری ہوں، جو ہر مطلب کے خاتمے پر بارہ کا ہندسہ لکھتا ہوں۔ اب یہ 12 کی علامت پہچانی نہیں جاتی ہے۔ چونکہ یہ متروک ہے اس کا استعمال نہ کیا جائے۔

اردو زبان کے مسودوں میں مندرجہ ذیل علامات کا استعمال عام ہے:

1) ''.........................'' یہ علامت ''تخلص'' کی ہے مثلاً جوش، فراق، فیض، اثر تخلص کے اوپر اس نشان کا لگانا بہت ضروری ہے۔

2) جب کسی نام کو خواہ وہ کسی فرد کا ہو یا مقام کا یا کتاب کا، اگر اہمیت دینی ہوتو ایسے خاص ناموں کے اوپر ایک مختصر سی لکیر ...... بنا دی جاتی ہے مثلاً علامہ اقبال، مسجد قرطبہ، شیکسپیئر، شاہنامۂ اسلام جھانسی۔

3) کسی شعر یا عبارت کے آغاز میں چند الفاظ کے بعد عموماً تین نقطے ...... لگا دیے جاتے ہیں جس کا مطلب ہے کہ جس شعر یا عبارت کے ساتھ یہ تین نقطے ہیں

وہ مکمل نہیں ہے کبھی ابتدا اور کبھی اختتام کے چند لفظ لکھ کر درمیان میں تین یا چار نقطے دیدیے جاتے ہیں، جس کا مطلب ہے کہ عبارت مکمل نہیں یا مطلب یہ ہوتا ہے کہ درمیانی الفاظ کچھ ایسے اہم نہیں ہیں۔

4) ''ع'' یہ مصرعے کی علامت ہے۔ عبارت کے درمیان مصرع آ جائے تو یہ علامت ضرور لگائی جاتی ہے مثلاً ''ع ذرا نم ہو تو یہ مٹی بڑی زرخیز ہے ساقی''

5) ''.....'' = پہلے یہ علامت اشعار کے ساتھ استعمال ہوتی تھی۔ اب یہ شعر کے لیے مستعمل نہیں ہے۔ آج کل ہندسوں کے ساتھ اس کا رواج عام ہے۔ جیسے 1، 22، کبھی کبھی اسے کی شکل میں لکھتے ہیں جیسے: نئ دہلی 25، کمرہ نمبر 216، گلی نمبر 13، خط نمبر 1012

6) ''ص'' = یہ علامت ''صفحے'' کے لیے ہے مثلاً ص 213۔ دیکھے ''یادوں کی برات'' ص 113۔ اسے ''ص'' کی صورت میں بھی لکھتے ہیں مثلاً ملاحظہ ہو: انارکلی 73، کتاب ''انوار ادب'' ج 2 ص 117۔

7) ''ج'' = یہ علامت جلد کے لیے استعمال ہوتی ہے۔ مثلاً کتاب ''تحقیقی مطالعات ج 2 ص 73۔

8) ''='' یہ علامت عموماً ''برابر'' یا ''موافق'' کے لیے مستعمل ہے۔

9) ''رک'' = تحقیقی کتابوں میں اس علامت کا مطلب ہے ''رجوع کنید'' مثلاً رک 210 یعنی صفحہ نمبر 210 ملاحظہ کیا جائے۔

10) ''ع'' = یہ علامت ''علیہ السلام'' کا مخفف ہے۔ مثلاً حضرت نوحؑ ،

حضرت داوؑد۔

11) ''رح''=''رحمت اللہ علیہ'' کی علامت ہے مثلاً حضرت خواجہ نظام الدینؒ (یا رحمتہ اللہ علیہ)

12) ''صلعم''=یہ لفظ ''صلی اللہ علیہ وسلم'' کا مخفف ہے۔

13) ص=یہ علامت بھی ''صلعم یا ''صلی اللہ علیہ وسلم'' کا مخفف۔

14) ''//'' یہ ''ایضاً'' کی علامت ہے یعنی Ditto کا۔ مفہوم' اوپر والے اندراج کے مطابق۔''

15) ''ع''=یہ علامت اکثر و بیشتر نمبر (شمار) کے ساتھ مستعمل ہے مثلاً، 78، 32، 205۔

16) ''/'' تاریخ کے ساتھ یہ علامت آج بھی استعمال کی جاتی ہے جیسے 26 اکتوبر، 30 مارچ۔

17) ''کذا''=جب کسی اور کی تحریر میں دخل ناپسند ہو یا کسی کی عبارت لکھنے والے کی نظر میں صحت سے بعید ہو، یا مصنف کے یخال میں متعلقہ شعر یا عبارت غلط یا مشکوک سے تو اشارتاً ''کذا'' لکھ دیا جاتا ہے۔ عموماً ''کذا'' قوسین یعنی Bracket میں لکھتے ہیں: (کذا)

18) ''......''=یہ علامت ''فقط'' کی ہے۔ مرزا غالب کے خطوط میں اس کا استعمال ہوا کرتا تھا۔ کہتے ہیں کہ یہ لفظ 'فقط'' کی طغرائی شکل کی بگڑی ہوئی صورت ہے۔ جس طرح انگریزی میں ''ختم شد'' کے لیے 30 کا ہندسہ یا یہ # نشان لگایا جاتا

ہے۔اردو داں ''......'' لکھ کر کسی بھی عبارت یا مضمون کو ختم کر دیتے تھے۔آج کل یہ متروک ہے۔

19) الخ= ''الی آخرہ'' کا مخفف ہے۔مفہوم: پورا شعر یا مکمل عبارت۔

20) لہ =یہ فقرہ عموماً کسی بھی شاعر کے دیوان میں استعمال ہوتا تھا۔اس علالت کا مطلب ہے: ''اس گا'' کسی ایک شاعر کے متفرق اشعار گلدستوں میں درج کرتے وقت ہر نئے شعر سے پہلے ''لہ'' تحریر کرتے تھے یعنی یہ شعر بھی ''اسی'' شاعر کی طبع آزمائی کا نتیجہ ہے جس کا شعر ابھی اوپر درج ہے۔بعض مجموعہ ہائے اشعار میں ''لہ'' کی جگہ ''ولہ'' بھی تحریر کیا جاتا ہے۔

اعراب کے لیے جو علامات اردو میں عام طور سے مستعمل ہیں وہ درج ذیل ہیں

:

اعراب	انگریزی نام	اردو نام	علامت
چھوٹا ٹھہراؤ	Comma کاما	سکتہ	،
ٹھہراؤ	Semi-colon سیمی کولن	وقفہ	،
ملاؤ	Colon کولن		:

(یعنی مجمل سے مفصل کو ملانے والا)

خاتمہ		Full Stop	ختمہ	—
سوال کا نشان	انٹروگیشن	Interrogation		

یا

		Question mark	سوالیہ	؟
استعجاب کا نشان		ایکس کلے میشن		
		Exclamation	فجائیہ	

یا

			ندائیہ	!
قوسین	بریکٹ	Bracket	قوسین	( )
				[ ]
				{ }
واوین	انورٹیڈ کاما			
	Comma	Inverted	واوین	“ ”

سودہ میں صفحات کے نمبر صاف صاف لکھے جائیں۔

بعض صحافی اصرار کرتے ہیں کہ صفحات کے نمبر کے اطراف دائرے بنا دیے جائیں مثلاً 7، 13 یا 2، 5، 27

بہتر ہے کہ پہلے صفحہ کے اوپری ایک تہائی حصہ میں کچھ تحریر نہ کیا جائے۔ اس طرح یہ ایک تہائی جگہ بالکل خالی ہو تو نائب مدیر کو سرخی لکھنے یا تصحیح کرنے یا کتابت کے لیے کوئی اہم ہدایت لکھنے کے لیے جگہ کی سہولت ہو جائے گی مثلاً نائب مدیر کو یہ

ہدایت دینی ہوتی ہے کہ کتابت ایک کالمی ہو یا دو کالمی یا تین کالمی۔ ساتھ ہی یہ بھی لکھنا ہوتا ہے کہ مواد کس صفحہ پر دیا جائے۔ کتابت کے خفی قلم یا جلی قلم یا خصوصی قلم کے بارے میں بھی ہدایت دینی ہوتی ہے۔

اگر مسودہ زیادہ یا بہت زیادہ کانٹ چھانٹ کی وجہ سے گندہ یا ابتر یا منتشر نظر آ رہا ہو تو بہتر ہے کہ پورا مسودہ دوبارہ تحریر کر دیا جائے تا کہ کتابت میں گڑ بڑی کا کوئی خدشہ باقی نہ رہ جائے۔

کسی ''مطبوعہ'' کاپی کو کتابت کے لیے دینا ہو تو بھی سادہ کاغذ پر وہ نشاستہ سے محفوظ طریقہ پر چسپاں کیا جائے اور تمام تر ہدایات کے ساتھ مسودہ کاتب حوالے کیا جائے۔

مسودہ کی تیاری کے وقت قینچی، بلیڈ، نشاستہ یا گوند،، نتھی کرنے کے لیے پن ا جیم کلپ یا سٹیپلنگ مشین StapLing Manhine، ربر، سرخ روشنائی، لکیریں کھینچنے کے لیے ایک ''6 یا'' 12'' سائز کا ''اسکیل'' Scale ضروری ہیں۔

اردو زبان میں کئی ایسے الفاظ ہیں جن کا صحیح مطلب سمجھنے کے لیے اعراب کی ضرورت ہے۔ مثلاً ملک، ملک، ملک، عالم، عالم، علم علم دور، دور، بہار، بہار۔

اعراب سے مراد ہیں: زبر، زیر، پیش اور جزم، اعراب عربی زبان کا لفظ ہے۔ اردو میں اعراب کو ''حرکات وسکنات'' بھی کہا گیا ہے۔ جس حرف پر اعراب (یا'' حرکات'') لگتے ہیں انہیں ''متحرک'' کہتے ہیں۔ جس حرف پر جزم ہوتا ہے اسے ساکن کہتے ہیں۔

اردو زبان میں کئی قدر، کسقدر، جعلساز، جعل ساز، حالاں کہ، حالانکہ، کسی طرح ،کسیطرح ، یہاں تک ، یہاتنک ، جاسکے گا، جاسکیگا ، جہاں دار، جہاندار، عالم گیر، عالمگیر .... ایسے متعدد الفاظ کے استعمال کے سلسلہ میں ہر اخبار کا ایک طے شدہ رویہ یا طریقہ ہونا چاہیے۔ کبھی کبھی کسی خاص لفظ یا جملہ کو نمایاں کرنے کی ضرورت ہوتی ہے۔ ایسے الفاظ یا جملوں کے نیچے لکیر کھینچ دینی ضروری ہوتی ہے۔ تا کہ کاتب ذرا جلی قلم استعمال کر کے اس مخصوص لفظ یا عبارت کو نمایاں کر دے۔

بعض اوقات کسی جدید انگریزی لفظ کا بالکل صحیح ترجمہ فوری طور پر صحافی کے دماغ میں نہیں آتا۔ ایسے موقعوں پر انگریزی لفظ ہی لکھ دیا جاتا ہے، ویسے بھی اکثر اردو نامہ نگار چیلنج، کاز، ایجنسی، چیئرمین، ڈائریکٹر، جائنٹ سیکرٹری، ائیرپورٹ، انکم ٹیکس جیسے الفاظ کا اردو ترجمہ کرنے کے بجائے وہی الفاظ اردو رسم الخط میں لکھ دیتے ہیں۔

جہاں ضروری الفاظ انگریزی زبان کے استعمال کیے جاتے ہیں۔ وہاں وہی الفاظ انگریزی رسم الخط میں تحریر کر دیے جائیں تو بہتر ہے۔ مثلاً ''یونیسکو'' لکھا جائے تو ساتھ میں Unesco ضرور لکھ دیں۔ توضیح کے طور پر: اقوام متحدہ کا تعلیمی، سائنسی اور ثقافتی ادارہ ''یونیسکو'' لکھ کر بھی Unesco انگریزی حروف میں درج کر دیں۔ کئی قومی اور بین الاقوامی ادارے ایسے ہیں جن کے نام اصلی حالت ہی میں لکھے جائیں تو بہتر ہے۔ بعض اداروں کے ناموں کا خود ساختہ ترجمہ کیا جائے تو اثر کمزور رہتا ہے۔ مثلاً ''کل ہند ادارہ علوم طب'' جیسا ترجمہ کرنے کے بجائے ''آل انڈیا انسٹی

ٹیوٹ آف میڈیکل سائنس'' لکھ دینا زیادہ بہتر ہے۔غیر مانوس تراجم سے احتراز برتنا ضروری ہے۔خصوصی طور پر مشہور اداروں کے ناموں کو ہو بہو دیا جائے تو قارئین کو زیادہ آسانی رہتی ہے۔ریڈیو،ٹیلیفون،ٹیلی ویژن،ٹکٹ،پاسپورٹ،ویزا،کیلنڈر جیسے الفاظ اصلی نام میں زیادہ بہتر لگتے ہیں۔

مسودے میں عمدگی

معیاری انگریزی اخبارات کا یہ دستور ہے کہ وہ اپنے نامہ نگاروں، نائب مدیروں کالم نویسوں اور دیگر قلمی معاونین کے لیے مسودہ میں استعمال ہونے والی ضروریات کے سلسلہ میں ایک ہدایت نامہ تیار کر دیتے ہیں۔ایسے ہدایت نامہ کو'' اسٹائل شیٹ''Style Sheetیا'' اسٹائل بک''Style Book کا نام دیا جاتا ہے۔

اس طرح کے ہدایت نامہ میں بتایا جاتا ہے کہ کن الفاظ کو بڑے حروف یعنی Capital کے ساتھ شروع کیا جائے اور کن الفاظ میں بڑے حروف استعمال نہ ہوں۔اعراب لگاتے وقت کیا کیا احتیاط برتی جائے۔مقولہ کس انداز سے ضبط تحریر میں لائے جائیں۔اعداد و شمار لکھتے وقت کن اصولوں کی پابندی کی جائے۔کن الفاظ کو اختصار کے ساتھ پیش کیا جائے اور کن الفاظ کو بغیر اختصار کے ہو بہو پیش کیا جائے۔یہ واضح کیا جاتا ہے کہ عیسوی، سال، ماہ اور تاریخ کس قرینہ سے درج ہو۔پتے کس وضاحت کے ساتھ رپورٹوں میں شامل ہوں۔افسران کے عہدے کس

جامعیت کے ساتھ تحریر ہوں۔ پیراگراف تقسیم کرتے وقت کن اصولوں کا لحاظ رکھا جائے ۔ جملے کس طرح درست اور دلکش بنائے جائیں۔ الفاظ کا استعمال کس قرینے سے ہو مثلاً ہدایت دی جاتی ہے کہ وقت کے ساتھ A.M اور P.M کے بجائے a.m اور h.M لکھا جائے ۔لفظ today کے درمیان کوئی وقفہ نہ ہو یعنی to-day نہ لکھا جائے ۔ ۔ انگریزی میں to-morrow کے بجائے tomorrow لکھنا زیادہ صحیح ہے۔نمبروں کے استعمال میں یہ عالمی اصول ہے کہ گیارہ سے کم کے نمبر حروف میں لکھے جاتے ہیں اور گیارہ سے زیادہ کے نمبر ''ہندسوں'' میں لکھے جاتے ہیں مثلاً three، five sever۔جملوں کے بارے میں یہ تاکید کی جاتی ہے کہ کسی بھی جملہ میں اٹھارہ الفاظ سے زیادہ نہ ہوں۔

انگریزی زبان میں جس مہینہ کے نام میں چار سے کم حروف ہوتے ہیں انہیں پوا لکھا جاتا ہے: june، july، may اور جس ماہ کے نام میں چار سے زائد حروف ہوتے ہیں انہیں مختصراً لکھتے ہیں جیسے : jay , feb , mar , apr ,oct , nov , dec , اردو زبان میں ایسا اختصار نہیں ہے۔اردو روزناموں میں 22 مئی، 27 ستمبر ، 29 اکتوبر، 14 نومبر اور 31 دسمبر کامل طور سے لکھتے ہیں۔

جس جگہ کا نام زیادہ مانوس ہو اس کی جغرافیائی تر ضیح نہیں کی جاتی ۔واشنگٹن، قاہرہ، نئی دہلی، ڈھاکہ، نیویارک جیسے مشہور ترین ناموں کے ساتھ مما لک کے نام لکھنے کی چنداں ضرورت نہیں ۔بعض مقامات ایسے ہوتے ہیں جن سے عام قارئین متعارف نہیں رہتے ۔کبھی کبھار ایسے مقامات ایسے ہوتے ہیں جن سے عام قارئین

متعارف نہیں رہتے۔کبھی کبھار ایسے مقامات کی خبریں شائع کرنی ہوتی ہیں تو قوسین (Bracket) میں جغرافیائی مقام کا اشارہ دیدینا بہتر ہوتا ہے مثلاً دوحہ (قطر)، برکلے (کیلی فورنیا)، ہاسن (کرناٹک)، اننت پور (آندھرا پردیش)، گونڈہ (یوپی)، کرنال (ہریانہ)۔بعض اوقات ایک ہی نام کے کئی مقامات ہوتے ہیں اس لیے صحیح شناخت کے لیے ایسا لکھنا ضروری ہوتا ہے: حیدرآباد (سندھ)، حیدر آباد (دکن) شاہ پور (کرناٹک) بعض مقامات کے کچھ قدیم نام ہوتے ہیں اور کچھ جدید نام مثلاً عظیم آباد (پٹنہ)، اکبرآباد (آگرہ)، کوزے کوڑے (کالی کٹ)، پونہ (پنے) ویزاگ پٹنم (وساکھ پٹنم)، بجواڑہ (وجے واڑہ)، پیکنگ (بیجنگ)، ترچناپلی (ترچراپلی)، بڑودہ (وڈودرا) وغیرہ۔ایسے معاملات میں نئے نام ہی لکھنا اہم ہے۔شناخت کے لیے پرانا نام تحریر کردیا جائے۔تو مضائقہ نہیں۔آج کل کچھ مقامات کے ناموں کے ہجے بدلے جارہے ہیں مثلاً:

پرانے ہجے	نئے ہجے
Jullundur	Jaladhar
Decca	Dhaka
Mecca	Makkah
Cawnpore	kanpur
Baroda	Vodadara
Gauhati	Guwahati

Peking	Beijing
Chitaldrug	Chitradurga
پرانے ہجے	نئے ہجے
Madura	Madural
Benaras	Varansi

اس طرح کی تبدیلیوں کی وجہ سے بھی جگہوں کے تازہ ترین نام لکھنے ہوتے ہیں ۔گوہاٹی (آسام) کے بجائے گواہاٹی (آسام) ہی لکھنا بہتر ہے۔

چتلدرگ (کرناٹک) کے بجائے چترادرگا اور مدورا کے بجائے مدورائی (تامل ناڈو) ہی لکھنا افضل ہے بعض مقامات کے عرف نام زیادہ مشہور رہتے ہیں مثلاً اوٹاکمنڈ نامی مقام کا نام اب اڑک منڈلم کردیا گیا ہے۔جبکہ یہ مقام **ملک** بھر میں اوٹی کے نام سے زیادہ پہچانا جاتا ہے۔دہلی کو دلی کہا جاتا ہے مگر اخبارات میں دہلی اور نئی دہلی میں **مستعمل** ہے۔نیویارک کو ہم ''نیا یارک'' یا ''جدید یارک'' میں تبدیل نہیں کرسکتے ہمیں نیویارک ہی لکھنا پڑے گا۔بعض مقامات کے ناموں کی اردو تحریر طے ہے اور ہمیں اسی سے کام چلانا پڑے گا مثلاً بمبئی ...... اسے ہم بامبے یا بابو مبے یا ممبائی نہیں لکھتے۔مدراس .... اس ہم مڈراس نہیں۔کلکتہ ...... اسے ہم **کلکٹہ** نہیں لکھتے۔قاہرہ ...... اسے ہم کائیرو نہیں لکھتے۔ Jordan ''اردن'' Egypt ''مصر'' Syria کو ''شام'' ہی لکھا کرتے ہیں۔اس طرح کئی مشرق وسطیٰ کے مقامات کو ہم عربی یا اردو قالب ہی میں ڈھالتے ہیں۔ Tripolis کے لیے طرابلس اور

Ankara کے لیے انقرہ استعمال کرتے ہیں۔ Euphrater کے لیے فراط اور Tigris کے لیے دجلہ ہی لکھا جائے گا کیونکہ کئی جغرافیائی ناموں کے عربی، فارسی یا اردو نام عمومی طور پر قارئین سمجھتے ہیں:

عام انگریزی نام	عربی/اردو نام
Pyramids	اہرام مصر
Sphinx	ابوالہول
Pacfic	بحرالکاہل
Damascus	دمشق
Jerusalem	بیت المقدس یروشلم
Palestine	فلسطین
Russia	روس
Ceaser	قیصر

املا کے مسائل

صحیح اصول کے حامل قاعدوں کی بنیاد پر املا کے قاعدے ہر زبان کے لیے لازمی ہیں۔ املا کے قاعدے طے ہوں تو زبان میں یک رنگی اور یکسانی رہتی ہے۔ دنیا کی بیشتر شائستہ زبانوں کے املا کے قاعدے معین ہیں جن کی سختی سے پابندی کی جاتی ہے۔ املا بے ضابطہ ہو تو متعلقہ زبان کی ترقی میں بھی رکاوٹ آتی ہے۔

یہ حقیقت ہے کہ اردو میں املا کی درستگی اور یکسانیت پر بہت کم توجہ دی گئی ہے۔ مادری زبان کی ابتدائی تعلیم ہی میں املا کو اہمیت دی جانی ضروری ہے۔ اردو میں ''مروج املا'' ہی کی مقبولیت ہے اور صحیح املا کی پرواہ بہت کم کی جاتی ہے۔ ''کسی زبان کو لکھنے کی معیاری صورت'' رسم الخط کہلاتی ہے۔ املا کا مفہوم ہے ''رسم الخط کے مطابق صحت سے لکھنا۔''

انجمن ترقی اردو نے خواہش ظاہر کی تھی کہ عربی زبان کے وہ الفاظ جن کے آخر میں ''ی'' آتی ہے۔ مگر پڑھتے وقت ''الف'' کی آواز نکلتی ہے۔ ان کو اردو زبان میں ''الف'' کے ساتھ ہی لکھنے کا رواج ڈالا جائے مثلاً اعلا (اعلیٰ)، ہدا (ہدی)، مصلا (مصلی)، ادنا (ادنیٰ) معرا (معری) انجمن کی کتابوں میں اس اصلاحی املا کر فروغ دینے کی کوشش کی گئی ہے مگر بہت کم لوگوں نے اس تغیر کو اپنایا ہے۔

لفظ ''ازدہام'' صحیح ہے مگر لوگ اسے ''اژدہام'' لکھتے ہیں۔ نام ''زکریا'' لکھا جانا چاہیے مگر عموماً ''ذکریا'' لکھا جاتا ہے۔ ''گزارش'' لکھنا صحیح ہے۔ مگر اکثر ''گذارش'' تحریر ہوتا ہے۔ ایسی بیسیوں مثالیں دی جاسکتی ہیں جس میں ناواقفیت کی وجہ سے اکثر غلط املا رائج ہے۔ چونکہ نصابی کتابوں کے املا میں تفاوت ہے اس لیے صحیح املا کی طرف رغبت بہت کم نظر آتی ہے۔ کچھ لوگ ''لیے'' استعمال کرتے ہیں تو کچھ لوگ ''لیئے''۔ کسی کتاب میں ''گانو'' ہے تو اکثر املا ''گاؤں'' ہوتا ہے۔ املا کے اس انتشار کو ختم کرنے کی کوئی آسان صورت نظر نہیں آتی۔ لغت میں بھی بیشتر الفاظ کے املا میں فرق پایا جاتا ہے۔ مثلاً پھوار کے لیے نور اللغات میں اس لفظ کو ''پھآر'' لکھا گیا

ہے۔فرہنگ آصفیہ میں چار صورتیں درج ہیں :پھآر، پھوآر،پھہار، پھوہار۔ایسی الجھنیں کئی الفاظ کے سلسلہ میں پائی جاتی ہیں۔

الفاظ میں صحیح حروف کے استعمال کو املا کہتے ہیں۔املا کا منشا ''الفاظ کی صحیح تصویر کھینچنا'' ہے۔لفظ ''املا'' کی جامع تعریف یوں ہے: ''اردو کے رسم خط کے مطابق، لفظ میں حرفوں کی ترتیب کا تعین،ترتیب کے لحاظ سے اس لفظ میں شامل حروف کی صورت اور حرفوں کے جوڑ کا مروجہ طریقہ ان سب کے مجموعے کا نام املا ہے۔''

اردو میں ٹائپ کے لیے ''نسخ'' کا رواج ہے۔لیتھو، بلاک یا آفسیٹ کی طباعت میں ''نستعلیق'' زیادہ مستعمل ہے جیسے ''عروس الخطوط'' کا ممتاز نام عطا گیا ہے۔املا میں تبدیلی کے لیے کئی طرح کے مشورے سامنے آئے مگر اسی کوششیں مقالوں اور کانفرنسوں میں بحث مباحثہ تک ہی محدود ہو کر رہ گئیں۔''بالکل'' کو بلکل ''، ''خوش'' کو ''خش'' لکھ کر املا آسان بنانے کی بیشتر کوششیں ناکام ہوگئیں۔اردو املا کی صحت اور اصلاح کی ضرورت سے انکار نہیں مگر جو روایات سینکڑوں سال سے فروغ پا چکی ہیں ان کی آسانی اور تیز رفتاری سے ختم کرنا بہت مشکل ہے۔

ذیل میں کچھ غلط اور صحیح املا کے نمونے رہنمائی کے لیے درج ہیں:

غلط	صحیح	غلط	صحیح	غلط	صحیح
عش عش	اش اش	اچنبھا	اچمبھا	انگارہ	انگارا
بدلہ	بدلا	پسینہ	پسینا	تاگہ	تاگا
ٹکیہ	ٹکیا	جنگلہ	جنگلا	چٹکلہ	چٹکلا

خون خرابہ	خون خرابا	ڈرامہ	ڈراما	سمجھوتہ	سمجھوتا
کیمرہ	کیمرا	مسالہ	مسالا	نخرہ	نخرا
وکٹوریہ	وکٹوریا	ہیجڑہ	ہیجڑا	ہچکولہ	ہچکولا
غلط	صحیح	غلط	صحیح	غلط	صحیح
ستارہ	ستارا	پیالہ	پیالا	ابتداء	ابتدا
طشتری	تشتری	طلاطم	تلاطم	تشنہ	تشنا
ناطہ	ناتا	طراوت	تراوت	نگہت	نکہت
برخواست	برخاست	حامی	ہامی	تحس نحس	تہس نہس
کیونکہ	کیوں کہ	دونو	دونوں	آسامی	اسامی

اردو املا کے سلسلہ میں کچھ اہم مشورے ذیل میں درج ہیں:

1) انجمن ترقی اردو کی تجویز ہے کہ: ''مرکب لفظ جو دو یا زیادہ لفظوں سے بنے ہوں، آپس میں ملا کر نہ لکھے جائیں بل کہ ہمیشہ الگ الگ لکھے جائیں۔ البتہ ان کے درمیان فاصلہ صرف اتنا ہو جتنا ایک ہی لفظ کے دو ٹکڑوں کے بیچ میں، جیسا کہ ان مثالوں سے واضح ہوگا: جیسے آج کل، بن مانس، کل جگ، کل دار، شاہ نامہ، شاہ جہاں آباد، جے پور، ناگ پور، کان پور، دل لگی، گل کاری۔

2) انگریزی یا دوسری یوروپی زبانوں کے ایسے طویل یا نسبتاً طویل لفظوں کو، جو کسی خرابی کے بغیر ٹکڑوں میں تقسیم ہو سکتے ہیں، اگر ٹکڑوں میں لکھا جائے تو املا کی صحت، تلفظ کی صحت اور لکھنے کی آسانی............ یہ تین چیزیں حاصل ہو سکتی ہے جیسے:

یونی ورسٹی ۔ کان فرنس ، پارلی منٹ ، کانس ٹی ٹیوشن ، ٹیلی وژن ، ری پبلک ڈی ے ، نوٹی فی کیشن ۔

3) اردو میں مرکبات کی تعداد زیادہ ہے۔ مندرجہ ذیل الفاظ کو الگ الگ لکھا جائے تو بہتر ہے:۔

بے باک ، بے بس ، بے تاب ، بے جان ، بے جرم ، بے چارہ ، بے حد ، بے حرمتی ، بے حسی ، بے حیا ، بے خبری ، بے خوابی ، بے خودی ، بے دام ، بے درد ، بے دریغ ، بے دل ، بے دم ، بے دماغی وغیرہ ۔

بہ دستور ، بہ حسن وخوبی ، بہ ذات خود ، بہ شکل ، بہ عافیت یہ انداز خاص وغیرہ ۔

ان جان ، ان مول ، ان ہونی وغیرہ ۔

شاہ کاز ، ہم رنگ ، ہم عصر ، ہم سایہ ، ہم سفر ، ہم وطن ، ہم نواز وغیرہ ۔

فن کار ، قلم کار ، دست کاری ، غارت گر ، بازی گر ، گناہ گار ، خواست گار ، طلب گار وغیرہ ۔

ریگ زار ، طرب زار وغیرہ ۔

باغ بان ، فیل بان ، نگہ بان ، کشتی بان وغیرہ ۔

پری وش ، ماہ وش ، نام ور ، سخن ور ، خوف ناک ، نم ناک ، غم ناک ، شرم ناک ، وحشت ناک ، وغیرہ ۔

بت خانہ ، فیل خانہ ، ڈاک خانہ ، کتب خانہ ، پان دان ، گل دان ، عقل مند ، صحت مند ، فتح مند وغیرہ ۔

گل بدن، گل کدہ، گل ریز، گل پوش، گل رخ، گل فروش وغیرہ۔

نیم خواب، یک روزہ، یک لخت، حکم نامہ، فال نامہ، آب حیات، آب کاری، آب دیدہ وغیرہ۔

بانک پن، پاک دامن، تن دہی، جواں مرد، جل ترنگ، چابک دست وغیرہ۔

خوب صورت، خوش خبری، خوش خط، خوش رنگ، خان صاحب وغیرہ۔

راج کمار، راج دھانی، رحم دل، راج پال وغیرہ۔

دل چسپ، دل دار، ذی روح، ذی شان وغیرہ۔

زبان دان، سبک دوش، سرخ رو، سنگ دل، شب خون، شش ماہی وغیرہ۔

طلب گار، عالی جناب، عالی شان، قلم دان، فرماں روا وغیرہ۔

کس قدر، کس وقت، من جملہ، ماہ تاب، نیک نام، ولی عہد، ہر دل عزیز وغیرہ۔

بعض الفاظ میں املا کے بدلنے سے معنی بدل جاتے ہیں، اس کا خاص خیال رکھا جائے مثلاً:

پارا: سیماب،	پارہ: ٹکڑا
چارا: جانوروں کی خوراک،	چارہ: تدبیر
سایا: معروف پوشاک،	سیاہ، دیوار کا سایہ
زہرا: حضرت فاطمہؓ کا لقب،	زہرہ: مشہور ستارہ
نالا: ندی نالا،	نالہ: نالہ و فریاد
لال: رنگ کا نام،	لعل: قیمتی پتھر

ابیر: ابرک کا برادہ،   عبیر: خوشبودار سفوف

عربی الفاظ میں جو عام طور سے اردو اخبارات میں **مستعمل** ہیں:۔

علی العموم، علی الخصوص، علی الحساب، علی الترتیب، علی الاعلان، علی التواتر، علی ہذالقیاس، حتی الامکان، حتی الوسع، حتی المقدور۔

باب 7

نامہ نگاری کے انواع و اقسام

کچھ لوگ کچھ نہ کچھ کہتے رہتے ہیں ۔ اور ایسی باتوں میں خبریں پوشیدہ رہتی ہیں ۔کوئی سیاسی مدبر کسی اخباری کانفرنس سے خطاب کرے تو اس کی زبان سے نکلا ہوا ایک ایک لفظ خبری اہمیت کا حامل ہوتا ہے ۔کوئی اعلا سرکاری افسر اپنے دفتر میں بیٹھ کر سرسری طور پر بھی کوئی بات کہہ دیتا ہے تو اس میں کوئی نہ کوئی خبری پہلو ضرور نکل آتا ہے ۔ایک ماہر تعلیم کسی تعلیمی مسئلہ پر اپنے خیالات کا اظہار کر رہا ہو تو اس کے کسی نہ کسی نکتہ میں خبری پہلو اجاگر رہتا ہے ۔کوئی وکیل یا جج کسی سیمینار یا کانفرنس میں کوئی مقالہ پڑھ رہا ہو تو اس میں کچھ نہ کچھ مواد ایسا ضرور ہوتا ہے ۔ جو کسی بھی اخبار کے لیے اہم ہوتا ہے ۔ کسی اسپتال میں مجروح کی زبان سے نکلی ہوئی بات اخباری قدر لیے ہوتی ہے ۔کوئی مجرم عدالت میں زبان کھولتا ہے تو اس کے بیان میں ضرور کوئی اخباری عنصر ہوتا ہے ۔ تیراکی مقابلے میں اول آنے والی لڑکی ساحل پر پہنچ کر جو کلمات منہ سے نکالتی ہے وہ اخباری نامہ نگار کے لیے پر کشش ہوتے ہیں ۔

اپنے مہنہ پر تالا لگائے ہوئے یا "چپ شاہ" کا روزہ رکھ کر اپنا منہ بند کر کے ماہر سے ماہر نامہ نگار بھی اپنے شہر کا ایک لمبا چکر لگا کر آئے تو بھی وہ کوئی اہم خبر نہیں لا سکے گا ۔ اتفاق سے وہ کوئی خبر لائے بھی تو وہ ضرور نقائص سے بھری ہوگی ۔بغیر زبان

کھولے وہ تمام تفصیلات جمع نہیں کر سکے گا۔ کسی اہم بات کی تصدیق اس سے نہ ہو سکے گی۔ وہ ٹیلی فون کے ذریعہ کسی امر کی تصدیق نہ کر پائے گا۔ کہنے کا مطلب یہ ہے کہ زبان کے استعمال اور خبروں کے اجتماع کا ایک دوسرے سے اٹوٹ رشتہ ہے۔

تقاریر کی نامہ نگاری

اگر کسی ''گونگے'' نامہ نگار کو خبریں جمع کرنے پر لگا دیا جائے تو وہ صرف ایک ہی عملی میدان میں کامیاب ہو سکتا ہے۔ یعنی وہ کسی بھی تقریر کی نامہ نگاری کر سکتا ہے۔ بشرطیکہ وہ بہرا نہ ہو۔ قدرت کی یہ بھی ایک ستم ظریفی ہے کہ جو گونگے ہوتے ہیں وہ بہرے بھی ضرور ہوتے ہیں۔ تقاریر خبروں کا ایک ضروری اور بہترین وسیلہ ہیں۔ اخبارات، ریڈیو اور ٹیلی ویژن میں ان کی یکساں اہمیت ہے۔

عام طور سے تقاریر کی رپورٹ لانے کے لیے نوآموز اور کم تجربہ کار نامہ نگاروں کو بھیجا جاتا ہے۔ اس کی وجہ یہ ہے کہ تقاریر کی نامہ نگاری ایک آسان چیز سمجھی جاتی ہے جس میں زیادہ ذہانت اور فراست کی ضرورت نہیں ہوتی۔ دوسری وجہ یہ ہے کہ ہر بڑے شہر میں آئے دن کہیں نہ کہیں کوئی نہ کوئی تقریر ضرور ہوتی ہے۔ صرف ایسی تقاریر کو فوقیت بخشی جاتی ہے جن سے اہم خبریں ملنے کی زیادہ توقعات وابستہ ہیں مثلاً وزیراعظم یا وزیراعلا یا صدر جمہوریہ یا کسی اہم شخصیت کی تقریر کے لیے ماہر اور تجربہ کار نامہ نگار بھیجے جاتے ہیں۔ اخبارات میں صرف تقاریر کے اقتباسات شائع کر

کے قارئین کو مطمئن نہیں کیا جا سکتا۔ کسی بھی اخبار میں طرح طرح کی خبروں کی اشاعت کا بیڑہ اٹھانا ضروری ہے۔

بہر حال کوئی بھی اخبار تقاریر سے یکسر بیزارگی کا اظہار نہیں کرسکتا۔ بعض اوقات تقاریر کے عنوانات کا بھی انجمنوں کی جانب سے پیشگی اعلان ہوتا ہے تو اخبارات عنوان کی اہمیت کی بنیاد پر فیصلہ کرتے ہیں کہ متعلقہ تقریر کی رپورٹ دی جائے یا نہیں۔ بعض اوقات عنوان سے زیادہ مقرر کے سماجی یا سیاسی مقام کو اہمیت دی جاتی ہے۔ سماجی اداروں جیسے روٹاری کلب، لائنز کلب، جے سی انٹرنیشنل، راؤنڈ ٹیبل، وائی ایم سی اے وغیرہ میں تقریباً ہر ہفتہ کوئی نہ کوئی تقریر ہوتی ہے۔ عموماً صرف ایسی تقاریر کی نامہ نگاری کا اہتمام کیا جاتا ہے جس سے متعلقہ اخبار کے عام قارئین کی دلچسپی کی توقع ہے۔

جمہوریت میں تقریروں اور خیالات کے اظہار کی خصوصی اہمیت ہے۔ دیگر طرز حکومت کے مقابلہ میں عوامی حکومت میں تقاریر کی تعداد اور زیادہ ہوتی ہے۔ الفاظ کے زیادہ سے زیادہ استعمال سے ہی جمہوی ادارے پنپتے ہیں۔ خبر رساں ایجنسیاں بھی تقاریر کو اہمیت دیتی ہیں۔ بڑے بڑے اخبارات میں بھی کوئی نہ کوئی خبر کسی نہ کسی تقریر پر مبنی ہوتی ہے۔ کوئی بھی نامہ نگار تقاریر کی نامہ نگاری کو معمولی اور غیر ضروری نہیں گردان سکتا۔

کسی بھی اجلاس میں اہم تقریر کرنے والا تو ایک ہوگا مگر عام طور سے صدارت کے لیے بھی کسی کو نامزد کیا جاتا ہے اور صدارتی تقریر کی بھی اہمیت بڑھ جاتی ہے۔

عموماً ایک خیر مقدمی تقریر ہوتی ہے اور اظہار تشکر کے لیے بھی ایک چھوٹی موٹی تقریر ہو جاتی ہے۔ درمیان میں کسی نہ کسی بہانے کسی مقرر کو ٹھونسا جاتا ہے مثلاً پیغامات پڑھنے کے بہانے، یا انجمن کی کارروائیوں کی روئداد سنانے کی خاطر یا کسی اور نہاں یا عیاں مقصد کے ساتھ۔ بعض مقررین تقریر کے آخر میں سامعین کو سوالات پوچھنے کا بھی موقعہ دیتے ہیں اور اکثر اوقات ایسے سوال و جواب کے وقفہ میں بھی بہترین خبری مواد حاصل ہو جاتا ہے۔ بعض جلسوں میں بحث ومباحثہ کی صورت ہوتی ہے۔ کئی نشستیں ایسی بھی منعقد ہوتی ہیں جن میں مختلف افراد کسی ایک مسئلہ پر اپنی اپنی رائے ظاہر کرتے ہیں۔ انہیں ''پینل'' Panel اور ''راؤنڈ ٹیبل'' Round Table کہتے ہیں۔ جہاں کسی خاص عنوان پر مختلف مکاتب فکر کے نمائندوں کو مدعو کر کے اپنے اپنے خیالات کا ظاہار کرنے کی آزادی دی جاتی ہے اسے ''فورم'' Forum کا نام دیا جاتا ہے۔ جہاں مقالے پڑھے جاتے ہیں اور مقالوں کے بعد سامعین اور مقالہ نویس میں باہمی گفت و شنید ہوتے ہے اسے ''سمینار'' Seminar کہتے ہیں۔ بعض اجلاس جہاں کسی متنازعہ معاملہ پر مختلف زاویوں سے بحث و مباحثہ ہوتا ہے او رمختلف رائیں پیش کی جاتی ہیں انہیں ''سمپوزیم'' Symposium کا نام دیا جاتا ہے۔ بعض جلسوں میں مذاکرے یا ''ڈبیٹ'' Debate ہوتے ہیں۔ کسی ایک موضوع کی مخالفت اور موفقت میں تقاریر کا اہتمام ہوتا ہے۔ جہاں گول میز کے اطراف گفت وشنید ہوتی ہے۔ عموماً آٹھ افراد تبادلہ خیال میں حصہ لیتے ہیں اور کم سے کم سامعین کو مدعو کیا جاتا ہے۔ سامعین کی تعداد

اتفاق سے زیادہ بھی زیادہ بھی ہوتو صرف منتخب اور نامزد سامعین کو کارروائی میں حصہ لینے کا موقعہ فراہم کیا جاتا ہے۔

بعض اہم تقاریر کے مسودے پیشگی فراہم کر دیے جاتے ہیں۔ یونیورسٹی کے جلسہ تقسیم اسناد یعنی کانوکیشن Comvocation کی تقاریر عام طور پر تین یا چار دن پہلے اخبارات کو روانہ کر دی جاتی ہیں۔ یوم جمہوریہ کے موقعہ پر کی جانے والی صدر جمہوریہ کی تقریر کچھ دین پہلے اخبارات کو دے دی جاتی ہے۔ اہم سیمیناروں اور کانفرنسوں کی افتتاحی تقاریر کے مسودے بھی عموماً پہلے ہی سے تیار ہوتے ہیں اور اخباری نامہ نگاروں اور اخبارات کے دفاتر کو پہنچا دیے جاتے ہیں۔ ایسی صورتوں میں نامہ نگاروں کو مذکورہ خطاب فرصت اور زیادہ تفصیل سے پڑھنے کا موقعہ مل جاتا ہے۔ اکثر و بیشتر ایسے خطابات کی رپورٹ نامہ نگار پہلے ہی سے تیار کر لیتے ہیں۔ تصاویر یا نقشہ جات یا دیگر مددگار مواد کی تیاری بھی پیشگی ہی کر لی جاتی ہے۔ بعض اخبارات ایسی تقاریر کو کمپوز بھی کر کے رکھ لیتے ہیں۔ اور خطاب کے بعد معمولی ردو بدل یا ضروری اضافہ کے ساتھ شائع کر دیتے ہیں یعنی وقت کی بچت کا اہتمام کر لیا جاتا ہے۔

جب تقریر وقت مقررہ پر ہوتی ہے۔ تو محتاط نامہ نگار پیشگی ملے ہوئے مسودہ کو لے کر لفظ بہ لفظ سنتے ہیں اور جہاں کہیں مقرر تیار شدہ تقریر سے انحراف کرتا ہے وہاں نشانات لگا لیتے ہیں۔ اگر مقرر نے کہیں بھی کوئی تبدیلی نہیں کی ہے تو وہ اپنے صدر دفتر کو صرف اشارہ کر دیتے ہیں کہ پہلے سے ترتیب شدہ رپورٹ کی اشاعت کی

منظوری دے دی جائے۔ اصل تقریر سننے کے ساتھ ساتھ نامہ نگار کو چاہیے کہ وہ سامعین کے ردعمل کی جانب بھی توجہ کرے۔ وہ مقرر کی ہر ادا پر نظر رکھے۔ لب ولہجہ کا جائزہ لے۔ بعض اوقات تقاریر کی رپورٹ میں یہ اشارہ دینا بھی بہتر ہوتا ہے کہ سامعین نے تقریر غور سے سنی یا درمیان میں بے چینی کا اظہار کیا۔ جہاں تالیاں بجتی ہیں اس نکتہ پر ماہر نامہ نگر لفظ ''تالیاں'' یا ''چیرز'' Cheers کا اضافہ کر دیتے ہیں تا کہ قارئین کو اجلاس میں موجود سامعین کے رویے، جوش یا برتاؤ کا صحیح اندازہ ہو سکے۔

بعض تجربہ کار نامہ نگار ایسے بھی ہوتے ہیں جو اجلاس میں خاموش بیٹھے رہتے ہیں، کوئی نوٹس نہیں لیتے۔ مگر تقریر کے خاتمہ پر ایک بہترین رپورٹ لکھ دیتے ہیں جس میں اہم نکات یا مستند اور عمدہ خلاصہ پوری کاملیت اور جامعیت کے ساتھ آ جاتا ہے۔ ایسے نامہ نگاروں کی نسل رفتہ رفتہ کم ہوتی جا رہی ہے۔ بہر حال ہونہار نامہ نگاروں کو یہی ہدایت دی جا سکتی ہے۔ کہ وہ ضروری جملوں کے نوٹس ضرور لکھ لیں۔ اگر کسی نامہ نگار کو اپنی یادداشت پر ضرورت سے زیادہ بھروسہ ہے تو وہ نوٹ تحریر کرنے سے گریز کر سکتا ہے۔ جہاں کوئی تحریری نوٹ نہیں لیا جاتا ہے۔ وہاں نامہ نگار کا ہمہ تن گوش رہنا بہت ضروری ہے۔ تا کہ کوئی ضروری بات محو نہ ہو جائے۔ بعض جملے اتنے اہم اور پر معنی ہوتے ہیں کہ انہیں لفظ بہ لفظ شائع کرنا بہتر ہوتا ہے۔

تقاریر کے لیے جانے والے نامہ نگار کے ساتھ عموماً فوٹو گرافر بھی جاتے ہیں۔

کوشش یہی کی جاتی ہے کہ مقرر کی تصویر ایسے وقت کھینچی جائے جب وہ مخاطب ہے یا کسی نکتہ پر اصرار کرتے ہوئے جوش کا مظاہرہ کر رہا ہے۔ بعض پیشہ ورانہ مقررین کی یہ عادت ہے کہ وہ اپنی تقریر کے مسودوں کی متعدد کاپیاں اپنے ساتھ لاتے ہیں اور تقریر سے پہلے یا تقریر کے خاتمہ پر انہیں اخباری نمائندوں میں تقسیم کر دیتے ہیں، یا کم از کم تقریر کے اہم نکات کا ایک مسودہ بنا کر اس کی نقلیں نامہ نگاروں کی مدد کے لیے فراہم کی جاتی ہیں۔ ایسا اکثر بڑے شہروں اور بڑے کلبوں میں ہوتا ہے۔ مزدور لیڈروں، مذہبی پیشواؤں اور متنازعہ ہستیوں کی تقاریر کی رپورٹ لکھتے وقت زیادہ احتیاط کی ضرورت ہے۔ بعض پیشہ ورانہ مقرر یہ پسند کرتے ہیں کہ تقریر کے خاتمہ کے بعد انہیں اخباری نامہ نگاروں سے علیک سلیک کا موقعہ ملے۔ جب ایسا موقعہ نصیب ہو تو نامہ نگار کسی خاص نکتہ پر یا زاویۂ نگاہ پر مقرر سے وضاحت طلب کر سکتا ہے۔

جہاں تقریر ہوتی ہے وہاں عموماً نامہ نگاروں کے لیے اسٹیج سے قریب بیٹھنے کا اہتمام رہتا ہے۔ تقریر شروع ہوتی ہے تو نامہ نگار کے سامنے گویا ایک اصلی کردار ہوتا ہے جو اپنی اداکاری کا فرض انجام دے رہا ہے۔ نامہ نگار چاہے تو اس کی زبان سے نکلے ہوئے ایک ایک لفظ کو ضبط تحریر میں لا سکتا ہے یا صرف وہی نکات نوٹ کر سکتا ہے جو اہم اور قابل اشاعت دکھائی دیں۔

ایک عام مشاہدہ کے مطابق کوئی بھی مقرر ایک گھنٹہ میں کم و بیش تین ہزار الفاظ کہہ سکتا ہے۔ ظاہر ہے کہ مقرر کی تقریر کا ہر لفظ اخبار میں شائع نہیں ہو سکتا۔ اگر نامہ

نگار کو تین سو یا ساڑھے تین سو الفاظ پر مشتمل رپورٹ لکھ لانے کی ذمہ داری تفویض کی گئی ہے تو ثابت ہے کہ وہ تقریر کا زیادہ سے زیادہ ایک دسواں حصہ ہی اپنی رپورٹ میں شامل کر سکے گا۔ کسی بھی نامہ نگار کے لیے ایسے اختصار کا کام ذرا دشوار ہی ہے۔

ٹیپ ریکارڈ اور کیسٹ ریکارڈ کی طرح آج کل ایک نیا آلہ دستیاب ہے جو ''ڈکٹیٹنگ مشین'' DICTATING MACHINE کہلاتا ہے۔ بعض نامہ نگار تقاریر کی صدا بندی کے لیے اس مختصر مگر طاقتور آلہ کو استعمال کرنے لگے ہیں۔ ایسی مشینوں کے جدید ترین ماڈل بھی بڑے اور چھوٹے سے چھوٹے سائز میں مل رہے ہیں جن سے نامہ نگاروں کے کام میں مزید سہولت ہوگئی ہے۔

عام خیال کے برعکس تقاریر کی رپورٹ لکھنا آسان کام نہیں ہے۔ طویل تقاریر میں خبری پہلوؤں کو ڈھونڈ نکالنے کا کام اتنا سہل نہیں جتنا کہ سمجھ لیا گیا ہے۔ تقاریر کی رپورٹ لکھتے وقت نامہ نگار کو اپنی ادبی صلاحیتوں کے اظہار کے بہترین مواقع ملتے ہیں۔ کچھ ایسی تقاریر ہوتی ہیں جن میں اطلاعات اور معلومات کی بھرمار ہوتی ہے۔ ایسی تقاریر کی نامہ نگاری مقابلتاً آسان ہوتی ہے۔ بعض تقاریر ایسی ہوتی ہیں جن میں مقررین مسلمہ خیالات کی تشریح ہوتی ہے نامہ نگار کو کافی توجہ سے اہم نکات پر روشنی ڈالنی ہوتی ہے۔ کچھ تقاریر ایسی ہوتی ہیں جو بے حد جذباتی ہوتی ہیں۔ ایسی تقاریر میں معلومات کا بھی فقدان ہوتا ہے اور خیالات بھی پختہ نہیں ہوتے۔ سامعین کے احساسات کو چھیڑا جاتا ہے، انہیں اُکسایا یا بھڑکایا جاتا ہے۔ لفاظی کے زور سے

گرما گرم تقریر میں سامعین کو جوش دلانے کی کوشش کی جاتی ہے۔انسانی تاریخ کے صفحات پر کئی ایسے مشاہیر کا تذکرہ ملتا ہے جنہوں نے اپنی زوردار تقریروں کے بل بوتے پر لوگوں کے دل و دماغ فتح کر لیے اور جذباتی الفاظ کا بھرپور استعمال کر کے اپنے مقاصد میں زبردست کامیابی حاصل کی۔ جرمنی کے اڈولف ہٹلر، انڈونیشیا کے صدر سوکارنو امریکہ کے مارٹن لیوتھر کنگ اور تامل ناڈو کے سی این انا دورے کے نام اس فہرست میں نمایاں جگہ پا سکتے ہیں۔ایسی تقاریر میں خطیب کے جسمانی حرکات، آواز کے اتار چڑھاؤ، چہرے کی وضع قطع، الفاظ کے الفاظ استعمال وغیرہ پر پوری توجہ دینی ہوتی ہے۔ایسی تقاریر میں معنویت کا دھندلا پن ہوتا ہے مگر اثر و رسوخ کے اعتبار سے یہ شاہکار ہوتی ہیں۔ایسے خطابات عظیم ترین مجمعوں کھلبلی مچاتے ہیں۔ عوام ذوق و شوق سے ایسی دھواں دار تقاریر کو سننے کے مشتاق رہتے ہیں۔ایسے خطابات میں تلقین بھی ہوتی ہے۔کبھی کبھی کسی تحریک میں سرفروشانہ طور پر حصہ لینے کی رغبت بھی دی جاتی ہے۔ایسی تقاریر اس انداز سے کی جاتی ہیں کہ عام سامعین انہیں الہامی پیغام سمجھ بیٹھتے ہیں۔ایسے خطابات کو اخبارات کے لیے فکر و تردد سے تیار کرنا پڑتا ہے۔قارئین ایسی تقاریر کے بارے میں پڑھنے کے لیے مضطرب رہتے ہیں جن میں وہ بہ نفسِ نفیس شریک نہ ہو سکے تھے۔اور یہ بات بھی دلچسپی سے خالی نہیں کہ قارئین ایسی تقریر کی اخباری رپورٹ پڑھنے کے لیے بھی بے قرار رہتے ہیں جو وہ بذاتِ خود جلسہ میں جا کر سن چکے تھے۔

جرائم کی دنیا

انسان ہی قانون بناتے ہیں اور انسان ہی قانون توڑتے ہیں۔ نتیجہ؟ خبر!۔
جہاں کہیں سماجی زندگی ہے وہاں قوانین اور ضوابط کی ضرورت ہے۔ قانون اس چیز کی روک تھام نہیں کرتا جو بالکل صحیح ہے۔ وہ اس چیز کی ممانعت کرتا ہے جو غلط ہے۔ قوانین بھی کئی قسم کے ہیں۔ کچھ قوانین ضبطِ تحریر میں ہیں اور کچھ قوانین تحریری صورتوں میں موجود نہیں ہیں۔ بعض قوانین دینی فرمانوں، اخلاقی روایتوں اور عملی دستوروں میں مضمر ہیں۔ بیشتر قوانین ایسے ہیں جو جدید دنیا کی پارلیمنٹوں اور قانون ساز اداروں میں بنائے گئے ہیں۔ قانون ایک وعدہ ہے جو شہری ایک دوسرے سے کرتے ہیں۔ یعنی وہ ایک دوسرے سے رواداری قائم رکھیں گے اور بے انصافی نہیں کریں گے۔ قانون کی ذمہ داری ہے کہ وہ کسی بھی انسان کے جان و مال کی حفاظت کرے۔ ہر انسان کی دلی خواہش ہے کہ وہ دنیاوی مسرتوں سے ہمکنار ہو اور قانون اس بات کی ضمانت دے کہ مسرت کی تلاش میں کسی بھی انسان کی راہ میں کوئی رکاوٹ پیدا نہیں ہو گی۔

اخباری نامہ نگار کو بھی کئی قانونی معاملات سے واسطہ پڑتا ہے۔ قانون نافذ کرنے والے افراد اور اداروں سے اس کا متعدد بار سامنا ہوتا ہے۔ قانون کے محافظ اداروں یعنی عدالتوں سے بھی اس کا کئی طرح سے سابقہ پڑتا ہے۔

قانون کی دو بڑی قسمیں ہیں:۔ پبلک قانون اور پرائیویٹ قانون۔ پبلک قانون یہ بتاتا ہے کہ سرکار کیسے اپنی ذمہ داریاں سرانجام دے رہی ہے اور عام

باشندوں سے اس کا سامنا کس طرح ہو رہا ہے۔ پرائیویٹ قانون جسے عرفِ عام میں دیوانی قانون کہا جاتا ہے عوام کے ذاتی مسائل سے زیادہ قریبی تعلق رکھتا ہے۔ اخباری نامہ نگار کو فوجداری قانون سے زیادہ واسطہ پڑتا ہے جسے قانونی اصطلاح میں ''کرمنل لاء'' CRIMINAL LAW کہتے ہیں۔ آئینی قانون، بین الاقوامی قانون، انتظامی قانون وغیرہ قوانین کی دیگر انواع ہیں۔

جرم وہ حرکت ہے جس میں قانون کی خلاف ورزی کی جاتی ہے۔ مجرم ان قوانین کا احترام نہیں کرتا جو عام افراد کے لیے بنائے گئے ہیں۔ مجرم جب رنگے ہاتھوں پکڑا جاتا ہے تو فوجداری قوانین کی رو سے اس کے خلاف مقدمہ چلایا جاتا ہے۔

جو اخباری نامہ نگار جرائم کی خبریں ڈھونڈ لانے میں مصروف رہتا ہے وہ جلد ہی دو باتوں کا اندازہ لگالیتا ہے۔ اول یہ کہ جرم کا ارتکاب کرنے والا اپنا نام اخبار میں دیکھنا پسند نہیں کرتا۔ دوسرا یہ کہ جرائم کی روک تھام کے لیے معین سرکاری کارندے یعنی محکمۂ پولیس کے افسران اخباری نامہ نگاروں سے ہمیشہ خار کھائے رہتے ہیں۔

نامہ نگاروں میں جو اہلیت اور قابلیت ضروری ہے اس کا حال تفصیل سے بیان کیا جا چکا ہے۔ جرائم کے نامہ نگار کے لیے مندرجہ ذیل خصوصی قابلیتیں ضروری ہیں:۔

(1)۔ کرائم رپورٹر یعنی جرائم کا نامہ نگار اُن تمام غلط کاریوں سے واقف ہو جو عام طور سے جُرم کہلاتی ہیں۔ محکمۂ پولیس اور فوجداری عدالتوں کی کارگزاری اور

انتظامی ڈھانچے سے وہ اچھی طرح واقف ہو۔ اُسے معلوم رہے کہ پولیس کے شعبہ میں کون کون کس کس بات کا ذمہ دار ہے۔ پولیس اسٹیشنوں اور پولیس کے دیگر اعلیٰ دفاتر میں کیا طریقۂ کار ہے۔ کون سی باتیں وہاں مروج ہیں۔ وہ تمام پولیس قوانین اور ضوابط سے پوری طرح واقفیت حاصل کرے۔ پولیس افسران کے بارے میں اسے ضروری معلومات مستند طور پر معلوم رہیں۔

(2)۔ وہ ان علاقوں سے بھی خوب متعارف رہے جہاں اکثر و بیشتر جرائم ہوتے ہیں۔ تقریباً ہر بڑے شہر میں کوئی نہ کوئی محلّہ یا علاقہ ایسا ضرور ہوتا ہے جہاں مجرمانہ سرگرمیوں کی بھرمار ہوتی ہے اور جہاں آئے دن کسی نہ کسی نوعیت کی غیر قانونی حرکتیں سرزد ہوتی رہتی ہیں۔

(3)۔ جرائم نامہ نگار میں اتنی جرأت اور اہلیت ہو کہ وہ کسی بھی سطح کے پولیس افسر سے ملاقات کر کے کسی بھی جرم کی ملنے والی تفصیلات دریافت کر سکے۔ وہ وکیلوں اور فوجداری عدالتوں کے ہر سطح کے افسروں سے شناسائی رکھے۔ نامہ نگار ہر ایسے شخص سے روابط رکھے جن کا کسی نہ کسی طرح جرائم کی خبروں سے واسطہ پڑتا رہتا ہے۔

جرائم کی خبریں جمع کرنے کے لیے عموماً مرد نامہ نگار ہی متعین ہوتے تھے مگر آج کل عورتیں بھی اس خاص میدان میں اپنی قسمت آزما رہی ہیں۔ حالانکہ اس شعبہ میں غنڈوں، فسادیوں، جھگڑالوگوں، ہنگامہ کھڑا کرنے والوں اور قانون سے گہری نفرت کرنے والے انسانوں سے ہی سابقہ پڑتا ہے مگر اس مشغلہ میں ایک عجیب

دلچسپی ہمیشہ قائم رہتی ہے۔ مجرم ذہنیت رکھنے والے انسانوں کے ساتھ بات چیت کرنی پڑتی ہے۔ سخت گیر اور محتاط، غصیلے اور شاطر پولیس افسروں سے دوستانہ روابط رکھنے پڑتے ہیں۔ کبھی کبھی پولیس والوں سے ہر ممکنہ تعاون کرنا پڑتا ہے۔ جرائم پیشہ لوگوں کا ہی قبضہ ہے۔ مگر یہ بات ہمیشہ ذہن میں رہے کہ جرم ایک سماجی مسئلہ ہے۔ قانون کے منکرین کے ساتھ ہمیشہ ایک جنگ چھڑی رہنی ضروری ہے۔ جرم سرزد ہو جاتے ہیں، جرائم کی خبریں سن کر صدمہ ہوتا ہے، مجرموں سے سخت نفرت ہوتی ہے، غنڈہ گردی سے دہشت ہوتی ہے، چوروں، جعلسازوں اور فریبی لوگوں سے ہر ممکنہ دوری رکھنے کو طبیعت چاہتی ہے مگر یہ ایک ناقابلِ انکار حقیقت ہے کہ کوئی **ملک** جرائم سے پاک نہیں، کوئی سماج مجرموں کے بغیر موجود نہیں۔ مہذب ترین ممالک میں بھی جرائم کا دور دورہ ہے۔ متمدن معاشرہ میں جرم اپنی پوری ڈھٹائی کے ساتھ موجود ہے۔ لگتا ہے جیسے دنیا کبھی جرم اور مجرم سے چھٹکارا نہیں پائے گی۔

جرم ایک سماج دشمن حرکت ہے۔ یہ ایک غیر مجلسی کارروائی ہے، جرم اخلاق سے بعید حرکت اور قانون سے فرار ہے۔ جرم سے ایک دنیا نالاں ہے مگر عصری دنیا کا کوئی حصہ جرائم اور پولیس سے پاک نہیں رہا ہے۔ دنیا کا کوئی **ملک** ایسا نہیں ہے جہاں مجرمین نہیں، عدالتیں نہیں اور قید خانے نہیں۔ جرم انسانیت کے نام پر ایک دھبہ ہے مگر انسانی تاریخ کا کوئی دور ایسا نہیں جو اس داغ سے پاک ہو۔ جہاں جہاں انسان ہیں وہاں جرائم کسی نہ کسی سطح پر موجود ہیں۔ جرائم کہیں معمولی ہیں تو کہیں سنگین۔ سزائیں تو ہر جگہ دی جاتی ہیں اور ہر ترکیب سے جرائم کی روک تھام کی

کوشش کی جاتی ہے مگر جرم ہیں کہ بڑھتے ہی جاتے ہیں اور مجرمین کی نسل ہے کہ ختم ہی نہیں ہوتی۔ مذہبی پیشوا، مصلح، اخلاقی معلم، پیغمبر، حکومتیں سب جرم اور مجرم کے سامنے اپنی شکست تسلیم کرنے پر مجبور ہیں۔ شاید ایسی کوئی طاقت موجود نہیں ہے جو اس دنیا سے جرائم اور مجرمین کا مکمل صفایا کر سکے۔

جرم و سزا سے متعلق کئی فلسفے وضع ہوئے ہیں۔ جرم و سزا پر کئی کتابیں مختلف نظریات کے ساتھ لکھی جا چکی ہیں۔ افسانوں، ناولوں، مضامین، فلموں وغیرہ کے ذریعہ بھی جرائم کے گھناؤنے رُخ پر روشنی ڈالی جاتی رہی ہے مگر جرائم کی بیخ کنی نہ ہو سکی۔ اور شاید رہتی دنیا تک انسانیت کا جرائم کے ساتھ ناطہ باقی ہی رہے گا۔

عموماً جرائم بے رحمانہ، ظالمانہ، قاتلانہ، مجرمانہ، شرپسندانہ اور بدمعاشانہ ہوتے ہیں۔ کچھ جرم ایسے بھی ہوتے ہیں جنہیں خفیف جرم یا قابل مواخذہ جرم کہتے ہیں۔ قتل کے جرم کی سزا کڑی ہوتی ہے۔ بیشتر ممالک میں قتل کے مجرم کو سزائے موت دی جاتی ہے یا عمر قید کی سزا سنا جاتی ہے۔ قتل ایک وحشیانہ اور سفاکانہ جرم ہے۔ قتل کی تین قسمیں ہوتی ہیں:

(1) مار ڈالنا یا خون کرنا — MURDER

(2) قتل انسانی بوجۂ اشتعال طبع — MANSLAUGHTER

(3) تغافل سے انسانی قتل — NEGLIGENT HOMICIDE

اشتعال کی وجہ سے جو قتل ہو جاتا ہے اس میں قتل کی نیت نہیں ہوتی اور قاتل قتل کی تیاری نہیں کرتا۔ مشتعل ہو کر غیض و غضب میں ایسی حرکت کر بیٹھتا ہے۔ جس

سے مقتول کا قتل ہو جاتا ہے۔ تغافل سے انسانی قتل کا مطلب یہ ہوتا ہے کہ کسی انسان سے کوہی ایسی انجانی حرکت ہوتی ہے جس سے کسی انسان کی اچآ نک موت واقع ہو جاتی ہے۔ یعنی کسی بد احتیاطی کے نتیجہ میں کسی کا خون ہو جاتا ہے۔ معصوم قتل وہ ہے جس میں قصداً قتل نہیں کیا جاتا مثلاً کوئی پولیس افسر بھاگتے ہوئے مجرم پر گولی چلاتا ہے اور فی الفور اس کی موت واقع ہو جاتی ہے، یا کوئی مالکِ مکان اپنے گھر میں زبردستی گذس آئے ہوئے اجنبی پر خود حفاظتی SELF DEFENCE کی نیت سے گولی چلا دیتا ہے۔ اپنی مدافعت کی خاطر بھی کوئی کسی حملہ آور کو خنجر گھونپ دیتا ہے جس سے فوراً موت واقع ہو جاتی ہے۔ کوئی بچہ غلطی سے بھری بندوق کی لبلبی دبا دیتا ہے اور کسی بچہ کو گولی لگ جاتی ہے اور مہلک ثابت ہوتی ہے۔

خودکشی کی کوشش ایک جرم ہے۔ دنیا کے کئی مما لک میں خودکشی کی کوشش جرم نہیں ہے۔ دیگر اہم جرائم کی تفصیل یوں ہے:

اغوا یا بھگا لے جانا:

کسی عورت کو زبردستی اپنے ساتھ لے جانا۔ اس میں شرط ہے کہ یہ حرکت مغویہ عورت کی مرضی کے بالکل خلاف ہو۔ مذکورہ عورت سے رضامندی کے بغیر اسے شادی پر مجبور کرنا بھی ایک سنگین جرم ہے۔

اسقاطِ حمل یا پیٹ گرانا:

دواؤں کے ذریعہ یا جسمانی تکلیف دے کر یا کسی اور ناجائز طریقہ سے کسی عورت کا پیٹ گرانے کی کوشش کرنا۔

حملہ کرنا یا زدوکوب کرنا:

ہلا بولنا یا کسی پر ٹوٹ پڑنا، دھمکانا یا جسمانی حرکت سے اذیت پہنچانے کی کوشش کرنا۔ کسی بھی فرد کو غیر اخلاقی اور غیر قانونی طریقہ سے ڈرا کر یا خوف زدہ کر کے تہدید آمیز الفاظ استعمال کرنا۔

مار پیٹ:

جھگڑا کھڑا کر کے کسی کے ساتھ مار دھاڑ کرنا یا چہرے پر تھوک دینا یا کسی بھی غلط طریقہ سے پریشان کرنے کی سعی کرنا۔

یلیکی بازی:

یعنی دو اشخاص یا فریقین کی باہمی جنگ۔ ڈوئیل لڑنا DUELLING بہ معنی تلوار سے یا پستول سے ایک دوسرے پر حملہ کرنا، زہریلی یا ہلاکت خیز اشیاء یا ہتھیاروں سے حملہ آور ہونا۔

حبسِ بے جا:

یعنی خلافِ قانون قید۔ کسی کو بغیر کسی جرم یا عذر کے قید کر لینا۔ کسی نامعلوم جگہ یا تہ خانہ میں یا گمنام جگہ کسی کو بلا وجہ بندی یعنی قیدی بنالینا۔

بالک چوری:

یعنی بچوں کو چُرا کر نامعلوم جگہوں پر پوشیدہ کرنا۔ والدین سے ناجائز طور پر ؟؟؟؟؟؟ بیٹھنے کی بدنیتی سے بچوں کو یا بڑوں کو زبردستی لے بھاگنا اور انہیں مخفی مقامات پر محبوس رکھنا اور آزادی دینے کے لیے ناجائز طور پر تاوان طلب کرنا۔

اعضاء شکنی:

زبردستی کسی فرد کے جسمانی اعضا کو توڑنے کی کوشش کرنا، یا تیزاب پھینک کر کسی کے چہرے کو مسخ کرنے کی بے رحمانہ حرکت کرنا۔

زنا بالجبر:

عصمت دری کرنا۔ کسی عورت کی زبردستی آبروریزی کرنا۔

مندرجہ بالا جرائم دنیا کے ہر مہذب **ملک** میں جرائم تسلیم کیے جاتے ہیں اور انہیں قابل سزا قرار دیا گیا ہے۔

جب کبھی کسی حملہ یا لڑائی یا قتل کی خبر شائع ہوتی ہے تو عام قاری کے ذہن میں متعدد سوالات مچلتے ہیں۔

یہ سب کیسے ہوا؟ کون سے ہتھیار استعمال کیے گئے؟ ہتھیار ہلکے طور پر استعمال کیا گیا یا شدت سے استعمال کیا گیا؟ حملہ یا دنگے یا خون کی وجہ کیا تھی؟ حملہ آور یا قاتل کون تھا؟ کیا وہ پکڑا گیا؟ اگر نہیں تو اسے تلاش کرنے یا گرفتار کرنے کے لیے کیا جتن کیے گئے کیا مجرم نے کوئی نشان یا اشارہ چھوڑا ہے؟ چشم دید گواہ کیا کہتے ہیں؟ پولیس موقعۂ واردات پر پہنچی یا نہیں؟ جُرم کے بارے میں پولیس افسران کا بیان کیا ہے؟ مُجرم عادی مجرم تھے یا اتفاقی مجرم؟ کیا جرم سہواً ہو گیا یا قصداً پوری تیاری کے بعد کیا گیا؟ مجرموں کے جلد پکڑے جانے کے امکانات کیا ہیں؟ وغیرہ۔

انسانی رہن سہن کے خلاف بھی کچھ جرائم ہیں مثلاً چوری اور آتش زنی۔ کسی گھر کا تالا توڑ کر اندر داخل ہو کر چوری کی کوشش ایک بین جرم ہے۔ کسی کے مکان کو بلا جوہ بُری نیت سے نذرِ آتش کر کے نقصان پہنچانے کی کوشش کرنا بھی ایک بڑا جرم ہے۔ قارئین کے دماغ میں یہ سوال اُبھرتے ہیں کہ چور گھر میں داخل کیسے ہوا؟ کیا وہ کھڑکی کے ذریعہ سے اندر آیا؟ کیا وہ درواوہ توڑ کر مکان میں داخل ہوا؟ دروازہ یا دیوار توڑنے کے لیے اس نے کون سے اوزار استعمال کیا؟ کیا ڈائنامیٹ استعمال کر کے اندر آنے کی جگہ بنانے میں کامیابی حاصل کی گئی؟ وغیرہ۔ چوری کا تذکرہ ہوتا ہے تو قاری کو بڑی دلچسپی مسروقہ اشیاء کی مالیت جاننے سے ہوتی ہے۔ کتنا مالی نقصان ہوا یہ جاننے کے لیے قاری بے قرار رہتا ہے۔ جتنا زیادہ مالی نقصان بتایا

جاتا ہے قاری اتنی ہی زیادہ دلچسپی لیتا ہے مثلاً اخبار میں یہ درج ہو کہ چوروں نے ایک مکان کا تالا توڑا اور ساڑھے سات سو روپیوں کی مالیت کے کپڑے چرا لیے تو قاری کی دلچسپی یک لخت ٹھپ ہو جاتی ہے اس کے برعکس اگر خبر میں یہ درج ہو کہ ایک لاکھ ستر ہزار کے زیورات غائب ہیں اور چور الماری سے 35 ہزار روپیوں کی نقد رقم اڑا کر لے گئے تو قاری کی دلچسپی بھی بڑھتی ہے اور نقصان اٹھانے والے فرد سے ہمدردی کے جذبات میں بھی اضاف ہو جاتا ہے۔ جس گھر میں چوری ہوتی ہے اس کے مکینوں کی وجہ سے بھی خبر کی اہمیت میں کمی بیشی ہوتی ہے۔ اگر کسی فلم ایکٹریس کے گھر میں چوری ہوئی ہے تو خبر کی اہمیت بڑھ جاتی ہے۔ اگر چوری پولیس کے کسی بڑے افسر کے گھر ہوئی ہے تو اس میں سنسنی کا عنصر زیادہ بڑھ جاتا ہے۔ چوری کی واردات کی تفصیلات پیش کرتے وقت جگہ کا تفصیلی پتہ دینا ضروری ہوتا ہے۔ آتش زنی کے واقعات میں بھی مالی اور جانی نقصان کی بنیاد پر خبر کی اہمیت گھٹتی یا بڑھتی ہے۔ قاری یہ جاننے کی کوشش کرتا ہے کہ ''آگ کس حصہ سے پھیلنی شروع ہوئی؟'' ''کیا کسی خاص فرد پر آتش زنی کا گمان ہے؟'' وغیرہ۔

منقولہ جائیداد کی چوری کی خبریں بھی کافی دلچسپی سے پڑھی جاتی ہیں۔ جانوروں، دستاویزات، آلات اور اوزار، موٹر گاڑیوں، اسکوٹروں، سائیکلوں، قیمتی تصاویر، نوادرات، ٹیلی ویژن سیٹ، ٹریکٹر یا ایسی ہی منقولہ اشیاء کی چوری دیگر افراد کے لیے ایک انتباہ کا باعث ہوتی ہے۔

کسی انجمن یا ادارہ یا امدادِ باہمی کے اصولوں پر چلنے والی سوسائٹی یا بینک میں

غبن ہو تو اخبارات میں ایسی خبریں بڑی دلچسپی سے پڑھی جاتی ہیں۔ کئی معاملات میں اعتماد شکنی کے ذریعہ دوسروں کی جائیداد غصب کرنے کی کوشش ہوتی ہے۔ جعلسازی کے ذریعہ معصوم انسانوں کو ٹھگنے کے واقعات ہوتے رہتے ہیں۔ غلط فہمی میں مبتلا کر کے یا غلط اطلاعات بہم پہنچا کر کسی سے روپیہ یا اشیاء لوٹ لینے کے حادثات بھی عام ہیں۔ کبھی کبھی لوگ دوسروں کے دستخط خود کر کے دھوکہ دہی کے کارنامے انجام دیتے ہیں۔ غلط یا جعلی دستاویز کے ساتھ جائیدادوں میں فریب کاری کی کوشش بھی ہوتی ہے۔ کسی کی غیر منقولہ جائیداد کو طرح طرح سے بدنما داغ دار یا برباد کرنے کی سعی بھی کی جاتی ہے۔ جان بوجھ کر چوری کا مال خریدنا بھی ایک سنگین جرم ہے بلکہ چوری کے مال کی خرید و فروخت میں مدد و معاون ہونا بھی جرم ہے۔ تشدد کے ذریعہ غیروں کی منقولہ یا غیر منقولہ جائیداد کو غصب کرنے کے کئی طریقے ہیں جن پر مجرمانہ ذہن کے لوگ عمل کرتے ہیں۔

سماج میں کئی ایسی غیر اخلاقی حرکتیں آئے دن سرزد ہوتی رہتی ہیں جن کے بارے میں اخبار میں تفصیل دینی ہوتی ہے۔ پہلی بیوی کی موجودگی میں کچھ لوگ دوسری شادی رچا بیٹھتے ہیں یا پہلی بیوی کو نان نفقہ ادا نہیں کرتے۔ کچھ لوگ زنا کاری میں ملوث ہو جاتے ہیں۔ کہیں امرد پرستی کے معاملات سامنے آتے ہیں۔ کبھی کبھی ایسی اخلاق سوز حرکتوں کی خبریں ملتی ہیں جن کے بارے میں پڑھ کر گھن آتی ہے یا ایسے گھناؤنے جرائم کرنے والے افراد پر سخت غصہ آتا ہے۔ کچھ واقعات اتنے گرے ہوئے اور نفرت انگیز ہوتے ہیں کہ ان کے بارے میں لکھتے ہوئے یا پڑھتے

ہوئے بھی شرم آتی ہے اور انسانیت کی پستی پر رونا آتا ہے، مگر جرائم کے نامہ نگار کو ایسی خبریں نظر انداز کرنے کا حق نہیں پہنچتا۔ ایک خیال یہ بھی ہے کہ گندے جرائم کی خبریں چھاپ کر بھی جرائم سے نفرت کے احساسات ابھارے جا سکتے ہیں۔

کچھ جرائم ایسے ہیں جن سے عوامی زندگی کے امن چین کو خطرہ لاحق ہوتا ہے۔ کچھ لوگ جان بوجھ کر بلوے کراتے ہیں۔ جوئے خانوں میں باہمی مڈ بھیڑ سے گڑ بڑ یا بے چینی پھیلائی جاتی ہے۔ فرقہ وارانہ فسادات ہوتے ہیں تو خون کی ہولی کھیلی جاتی ہے۔ کچھ لوگ ناجائز طور پر مہلک ہتھیار اپنے ساتھ رکھ کر عوامی امن کو دھکا پہنچاتے ہیں۔ ہتک عزت کی تقریروں اور تحریروں سے بھی عوامی امن میں خلل پڑتا ہے۔ کسی بھرے اجلاس میں خوف پھیلا کر مجمع کو منتشر کرنے کی سعی بھی ایک غیر قانونی حرکت ہے۔ جہاں عام آمد و رفت کی ممانعت کر دی گئی ہے وہاں زبردستی گھسنے کی کوشش بھی جرم ہے۔ ناجائز طور پر کشیدہ شراب فروخت کرنا یا نشہ آور اشیاء کا بغیر اجازت بیچنا یا بدکاری کے اڈے چلانا غلط دھندے ہیں۔ جوئے خانے قائم کرنا اور سٹہ کھلانا بھی سنگین جرائم ہیں۔

رشوت لینا اور دینا دونوں ہی جرم ہیں۔ جعلی سکے بنانا یا جعلی نوٹ چھاپنا جرم ہے۔ قید سے فرار ہونے کی کوشش یا کسی قیدی کو فرار ہونے میں مدد دینا بھی جرم ہے۔ کسی دفتر میں سرکاری عہدہ کا ناجائز استعمال بھی قانونی چارہ جوئی کا باعث بن سکتا ہے۔ اپنے اقتدار کا غلط استعمال کر کے لوگوں کو بہکانا، پھسلانا، دھمکانا یا ڈرانا بھی ممنوعہ باتیں ہیں۔ سرکاری فرائض کی انجام دہی سے غافل رہنا بھی قابلِ سزا

حرکت ہے۔ عدالتی کارروائیوں میں مداخلت گوارانہیں کی جاتی۔ کسی کی جائز گرفتاری میں آڑے آنا بھی غیر قانونی ہے۔ انصاف کرنے والے اداروں کی ہر کارروائی میں کسی بھی قسم کی خلل اندازی سے بچا جائے۔ کسی عدالت کے حکم نامے کی خلاف ورزی ہو یا کسی عدالت کے فیصلہ پر غیر ضروری نکتہ چینی ہو تو ہتک عدالت کے قوانین کے تحت قانونی کارروائی کی جاسکتی ہے۔ کسی بھی منصف، جج یا مجسٹریٹ کو رشوت کے ذریعہ یا دیگر اثر ورسوخ کے دباؤ میں لاکر کسی خاص رعایت کے لیے مجبور کرنا بھی غیر قانونی حرکت ہے۔ حلف لے کر جھوٹی گواہی دی جائے تو ثبوت فراہم ہونے پر سخت سزا دی جاتی ہے۔

ہندوستان میں مختلف جرائم کی پاداش میں سزاؤں کے لیے باضابطہ قوانین ''تعزیراتِ ہند'' یا ''انڈین پینل کوڈ'' (سی، آئی، پی) INEIAN PENAL CODE کہلاتے ہیں۔ اس کے مشہور ترین دفعات ہیں: دفعہ 124-A حکومت دشمن سرگرمی، دفعہ 302 قتل، دفعہ 420 فریب دہی، 499 ہتک عزت، جرائم کے سلسلہ میں طریقۂ کار کے لیے جو ضابطہ ہندوستان میں رائج ہے وہ ''کریمنل پروسیجر کوڈ'' CRIMINAL PROCEDURE CODE یا سی آر پی سی C.R.P.C کے نام سے موسوم ہے۔ اس کی ایک مشہور دفعہ ہے: دفعہ 144 یعنی ایک جگہ پانچ سے زیادہ افراد کے اجتماع کی ممانعت۔

کسی بھی ملک کے باشندے کو حفاظت، آرام، صحت، وغیرہ مراعات کے حقوق رہتے ہیں۔ آلودگی یا ''پولیوشن'' Pollution سے تحفظ ضروری ہے۔ آب وہوا

میں پاکیزگی انسانی حق ہے۔ ایک جگہ سے دوسری جگہ جانے کے لیے عام شاہراہوں میں کسی بھی قسم کی رکاوٹ نہیں ہونی چاہیے۔ اگر پاس پڑوس میں عیاشی کے اڈے ہیں یا عصمت فروشی علی الاعلان ہو رہی ہے تو دوسرے پڑوسی قانون نافذ کرنے والے اداروں سے شکایت کر سکتے ہیں کہ انہیں ایسے گندہ ماحول سے نجات دلائی جائے۔

عمارات کی تعمیر میں اگر غیر قانونی آزادی کا استعمال ہو تو پڑوسی اپنی ناراضگی کا اظہار کر سکتے ہیں۔ کسی کارخانہ کی چمنی سے دواں نکلنے کی وجہ سے صحتِ عامہ کو خدشہ ہے تو اسے روکنے کا مطالبہ ہوسکتا ہے۔ ایسی کسی بھی بے راہ روی یا غلط چیز جس سے صحت کو خطرہ ہے اس پر اعتراض کرنے کا حق ہر شہری کو حاصل ہے۔

بہت کم مواقع ایسے آتے ہیں جب نامہ نگار کو اپنی آنکھوں سے جرم دیکھنے کا اتفاق ہوتا ہے۔ اکثر و بیشتر جرم کے ارتکاب کے بعد ہی نامہ نگار کی تفتیش کا آغاز ہوتا ہے اور وہ چشم دید گواہوں یا متعلقہ پولیس حکام سے معلومات حاصل کرنے کی کوشش کرتا ہے۔ جو افراد جرم کرتے ہیں وہ رضا کارانہ طور پر اخبارات کو کوئی تفصیلات نہیں دیتے۔ جرم پر اکسانے والے یا جرم میں ساتھ نبھانے والے بھی اخباری نامہ نگاروں سے اپنا دامن بچائے رکھتے ہیں۔ قانونی اعتبار سے وہ لوگ بھی یکساں مجرم ہیں جو کسی بھی جرم کے ارتکاب میں مددگار رہوتے ہیں اور وہ بھی جو سازش میں مبتلا ہوتے ہیں۔ جو افراد جرائم کے شکار ہوتے ہیں وہ بھی جلد از جلد نامہ نگار کو نہیں مل پاتے۔ چشم دید گواہوں کے بیانات حاصل کرنے میں کافی جستجو، محنت

اور زیرکی درکار ہوتی ہے۔ معصوم تماشائی جو کسی بھی جرم کو اتفاقاً دیکھ لیتے ہیں یا تو جائے واردات سے کھسک جاتے ہیں یا اس بات سے سراسر انکار ہی کر دیتے ہیں کہ انہوں نے کوئی کارروائی اپنی آنکھوں سے دیکھی تھی۔ پولیس والوں سے وہ اس لیے ڈرتے ہیں کہ انہیں پولیس چوکیوں اور عدالتوں کے چکر کاٹنے کی زحمت اٹھانی پڑے گی۔ اخباری نامہ نگار سے وہ اس لیے پرہیز کرتے ہیں کہ بلاوجہ ان کے نام اخبارات کے کالم میں آ جائیں گے اور انہیں کئی سوالات کا سامنا کرنا پڑے گا۔ ان مسائل اور مشکلات کے باوجود نامہ نگار کو چند ایسے گواہ تلاش کرنے پڑتے ہیں جو اصل واقعہ پر حتی الامکان روشنی ڈال سکیں۔

قانون نافذ کرنے والے افسران بھی جرم کو ''ہوتے ہوئے'' اپنی آنکھوں سے نہیں دیکھتے۔ وہ بھی ملنے والے بیانات کی بنیاد پر جرائم کے منظر ذہن میں دوبارہ ترتیب دے لیتے ہیں اور اپنی ذہانت سے تفتیشی کارروائی شروع کرتے ہیں۔ بہت کم ایسا ہوتا ہے کہ حقائق جاننے والے رضاکارانہ طور پر اعلیٰ افسروں سے ملاقات کر کے ضروری تفاصیل بہم پہنچاتے ہیں۔ جرم ہو جائے اور اتفاقاً ان کی نظر پڑ جائے تب بھی قریبی پولیس چوکی کو بالمشافہ یا بذریعہ ٹیلی فون اطلاع دینے سے لوگ اس خوف سے کتراتے ہیں کہ کہیں پولیس والے انہیں اپنے چبھتے ہوئے سوالات سے پریشان نہ کریں۔ جیسے ہی کوئی اشارہ ملتا ہے پولیس والے اپنے طور پر حالات اور معاملات کی گہرائی میں جانا شروع کر دیتے ہیں۔ ان کی پہلی کوشش یہ ہوتی ہے کہ مجرم جلد از جلد ان کی گرفت میں آ جائے۔ اخباری نامہ نگار بھی کسی جرم کی اولین اطلاع ملتے

ہی اپنی جستجو میں مصروف ہو جاتا ہے۔غور سے دیکھا جائے تو جرائم کی نامہ نگاری صحیح معنوں میں تفتیشی نامہ نگاری ہے۔

پولیس والوں سے دوستانہ تعلقات ہوں تو نامہ نگاری کسی بھی معاملہ پر ادنیٰ یا اعلیٰ افسروں سے براہ راست معلومات حال کر سکتا ہے۔کسی بھی جرم کا پہلا اشارہ قریبی پولیس اسٹیشن سے ملتا ہے۔ ہر پولیس چوکی میں ایک رجسٹر ہوتا ہے جس میں جرم کا پہلا اطلاعی نوٹ درج ہوتا ہے۔ ایسے جرائم کے دفتر کو اصطلاحاً ''بلاٹر'' Blotter کہا جاتا ہے۔جس دستاویز میں کسی بھی جرم کا اولین اشارہ درج ہوتا ہے۔اسے ''ایف آئی آر'' یا ''فرسٹ انفریشن رپورٹ'' First Information Report کہتے ہیں۔کسی بھی معمولی یا غیر معمولی جرم کی تفتیش اس ابتدائی یادداشت کی تیاری کے بعد ہی عمل میں آتی ہے۔پولیس اسٹیشن میں درج شدہ معلومات کے علاوہ بھی کئی تفاصیل جمع ہو جاتی ہیں اور انہیں حاصل کرنے کے لیے نامہ نگار اور پولیس عملہ میں خوشگوار تعلقات کا رہنا ضروری ہے۔باہمی تعاون کے جذبات سے ہی ایسے رفیقانہ روابط قائم اور استوار رہ سکتے ہیں۔

نامہ نگار بیدار ذہن، فعال اور دیانت دار ہو تو ہسپتال، جیل، فائر بریگیڈ، واچ اینڈ وارڈ، کارپوریشن آفس، نوٹاری پبلک، شیرف Sheriff اور ایسے ہی دیگر مستند وسیلوں سے بھی کسی تازہ جرم کے متعلق مفید اشارے حاصل کر سکتا ہے۔ ایسی معلومات فوری طور پر اور تیز رفتاری سے حاصل کرنے میں ٹیلی فون سے بھی مدد لی جا سکتی ہے۔نامہ نگار کو یہ رعایتی حق حاصل ہے کہ وہ محکمۂ پولیس کے بعض ریکارڈوں

کا معائنہ کر سکتا ہے۔ وہ گرفتاریوں کے سلسلہ میں ہر ممکن تفصیل کا مطالبہ کر سکتا ہے۔ شہر جتنا بڑا ہوتا ہے وہاں نہ صرف اتنے ہی بڑے جرائم سرزرد ہوتے ہیں بلکہ پولیس دفاتر میں معلومات حاصل کرنے کے وسائل بھی زیادہ وسیع اور اطمینان بخش ہوتے ہیں۔ ہر بڑے شہر میں پولیس کمشنر Police Commissioner کا دفتر ہوتا ہے جہاں اخبارات سے تعاون کے لیے خصوصی افسران متعین رہتے ہیں۔

کسی بھی پولیس محکمہ میں عادی مجرموں سے متعلق کئی ایسے رکارڈ ہوتے ہیں جو اخباری نمائندوں اور عوام سے بالکل پوشیدہ رکھے جاتے ہیں۔ کئی خفیہ فائل ہوتے ہیں جنھیں سوائے متعلقہ افسران کے کوئی دوسرا نہیں دیکھ سکتا۔ نامہ نگار کو چاہیے کہ وہ ایسے دستاویز دیکھنے پر اصرار نہ کرے جنھیں سرکاری ضوابط کے تحت حد درجہ ''مخفی'' یا ''کانفی ڈین شیل'' Confidential رکھنا ضروری ہے۔ نامہ نگار صرف ان تفصیلات پر اکتفا کرے جو پولیس افسر از روئے دستور اور از روئے قانون بتانے میں پس و پیش نہیں کرتے۔ پولیس اپنے خبرنامے میں کسی کی گرفتاری کی اطلاع اسی وقت فراہم کرتی ہے جب کہ گرفتاری حقیقی معنوں میں عمل میں آچکی ہے اور گرفتار شدہ فرد کے خلاف کسی جرم کے مرتکب ہونے کا باضابطہ طور پر الزام لگایا گیا ہے۔ کسی قتل میں ملوث فرد سے ملاقات کرنے کا حق نامہ نگار کو حاصل ہے۔ اگر ایسی ملاقات اور باہمی گفتگو کے دوران مبینہ قاتل اپنے جرم کا اقبال کر رہا ہے تو بھی نامہ نگار کو چاہیے کہ وہ ایسے عاجلانہ اور جذباتی اعتراف کے الفاظ شائع کرنے سے احتراز کرے کیونکہ ایسے معاملات کی کئی قانونی باریکیاں ہوتی ہیں۔

عوام کو جرائم کی روک تھام سے ایسی کوئی گہری دلچسپی نہیں ہے۔ویسے جرائم کی سنسنی خیز تفصیلات سے وہ ہمیشہ باخبر رہنا چاہتے ہیں۔مجرمین کی اصلاح سے بھی عوام کو کوئی خاص دلچسپی نہیں ہے۔جرائم کی اصل وجوہ سے بھی اخبارات کے قارئین کو کوئی سروکار نہیں ہے۔

پولیس اور اخبارات

کسی بھی معاشرہ میں پولیس کا ایک مسلمہ مقام ہے۔پولیس ایک ایسا محکمہ ہے جو باشندوں کے جان و مال کی حفاظت کی ذمہ داری قبول کرتا ہے اور امن کی بحالی کے لیے ہمیشہ کوشاں رہتا ہے۔بڑے شہروں میں آمد و رفت میں عوام کو سہولتیں بہم پہنچانا بھی پولیس کی ایک اہم ذمہ داری ہے۔کسی بھی سماج میں افراد کو جوڑے رکھنے اور سنبھالے رکھنے کے لیے پولیس کی اہمیت ہوتی ہے کسی نہ کسی صورت میں انسانی سماج میں پولیس کی موجودگی رہی ہے۔رگ وید میں بھی پولیس کا تذکرہ موجود ہے۔ تہذیب و تمدن اور ترقی کے لیے کسی بھی **ملک** میں پولیس کی موجودگی ناگزیر ہے۔ کسی بھی سماج میں اچھے عناصر بھی ہوتے ہیں اور برے عناصر بھی۔ہر سماج میں کوئی نہ کوئی کشمکش ضرور ہوتی ہے۔سماج دشمن کارروائیوں کو قابو میں رکھنے کے لیے کسی نہ کسی طاقتور اور مقتدر ادارہ کی ضرورت ہوا کرتی ہے۔عصری زندگی میں دنیا کے ہر **ملک** میں پولیس موجود رہی ہے۔یوروپی لفظ ''پولیس'' Police کا اصل مطلب ہے ''شہر کے لیے ایک اہم قوت۔'' قدیم ہندوستان میں پولیس کا عہدہ تھا۔ ''نگر

پالا‘‘یعنی ’’شہر کا محافظ۔‘‘ دوسری صدی قبل مسیح میں ہندوستان میں موریہ سلطنت میں پلیس کا بہترین انتظام تھا۔ ہندوستانی عوام روایاتی طور پر امن پسند پائے گئے ہیں۔ پر تشدد واقعات، ڈاکہ زنی، آتشزدگی اور قتل کے موقعوں پر ہی عموماً پولیس بیدار اور سرگرم ہوا کرتی تھی۔ ترک، پٹھان اور مغل سلطنتوں میں بھی پولیس کا معقول انتظام تھا۔ ایسٹ انڈیا کمپنی کے دور میں پولیس کافی مستعد اور پر تعاون تھی۔ برطانوی حکومت نے ہندوستان میں کم وبیش ویسی ہی پولیس روایات قائم کیں جو صدیوں سے انگلستان میں مروج تھیں۔ 1861ء میں انڈین پولیس ایکٹ نامی قانون نافذ ہوا۔ آزادی کے بعد بھی پولیس انتظامیہ میں کئی طرح کی بہتری لائی گئی ہے۔ کئی شعبوں میں توسیع ہوئی اور کئی نئے ذیلی شعبے قائم کیے گئے۔

حصولِ آزادی کے بعد ہندوستانی باشندوں میں اپنے فرائض اور ذمہ داریوں، حقوق اور مراعات کے احساسات جاگے ہیں۔ پولیس والوں پر جو غیر اعتمادی کا عالم تھا وہ رفتہ رفتہ ختم ہو رہا ہے۔ ماضی قریب میں عوام اور پولیس میں دوستانہ تعلقات پروان چڑھے ہیں۔ محکمۂ پولیس کی طرف سے بھی مسلسل کوشش جاری ہے کہ عام باشندے پولیس کے کارندوں کو نفرت کی نگاہ سے نہ دیکھیں۔ پولیس عوامی خدمت گزار ہے اور وہ ہمیشہ عوام کے تعاون کی خواہاں رہی ہے۔ تقریباً ہر ہندوستانی ریاست کے محکمۂ پولیس میں ایک روابطِ عامہ کا خصوصی شعبہ قائم کیا گیا ہے تاکہ عوام اور پولیس کے درمیان ایک دوسرے کو سمجھنے، دوستی اور باہمی تعاون کے جذبات کی پرورش ہو۔

عام باشندوں اور پولیس میں رفیقانہ روابط کے قیام اور استحکام میں اخبارات ایک اہم خدمت انجام دے سکتے ہیں۔اس کے لیے اولین شرط ہے کہ خود اخباری نمائندوں اور پولیس میں خوشگوار تعلقات قائم اور دائم رہیں۔

جرائم کی خبریں مقامی اخبارات کے لیے کافی اہمیت کی حامل ہیں۔بعض اوقات ان کی اہمیت سیاسی اور اقتصادی خبروں سے بھی بڑھ جاتی ہے۔مقامی جرائم کی خبریں حاصل کرنے کا سب سے اہم وسیلہ مقامی پولیس اسٹیشن ہے جہاں سے حادثات، گم شدگی، ہڑتال، مظاہروں، غرقابی، جلوسوں، دھماکوں اور دیگر وارداتی خبروں کے پہلے اشارے ملتے ہیں۔اخبارات پولیس حکام کو نظر انداز کر کے مقامی جرائم کی تفصیلی خبریں تکمیل کے ساتھ جمع نہیں کر سکتے کئی بڑے شہروں میں محکمۂ پولیس ہی کی جانب سے مقامی اخبارات کو دن بھر کے جرائم اور حادثات اور غیر معمولی واردات کی خبروں کا خلاصہ فراہم کرنے کا اہتمام ہوتا ہے۔اکثر پولیس دفاتر سے جرائم اور ٹریفک قوانین کی خلاف ورزی، مقامی فوجداری عدالتوں میں دی گئی سزاؤں، قیام امن میں خلل اندازی سے متعلق واقعات و دیگر ضروری احوال پر مبنی میعادی خبرنامے یا اعلامیے جاری کیے جاتے ہیں۔اخبارات عموماً محکمۂ پولیس سے جاری کی گئی رپورٹیں جوں کا توں شائع نہیں کرتے۔خبروں کے حقائق اور اعداد و شمار کی بنیاد پر خبریں مخصوص اخباری انداز سے دوبارہ تحریر کر لی جاتی ہیں جس میں غیر ضروری تفصیلات کو کاٹ دیا جاتا ہے۔ضرورت محسوس ہو تو اطلاعات کی مزید چھان بین کے بعد خبریں شائع ہوتی ہیں۔یعنی پولیس کے بیان کو بالکل صحیح سمجھ نہیں

لیا جاتا۔ اپنے طور پر بھی اخباری نامہ نگار معاملات کی تحقیق وتصدیق کر لیتے ہیں اور جرائم کی خبروں کو زیادہ مستند اور قابلِ مطالعہ طریقہ پر پیش کرنے کی کوشش کرتے ہیں۔ بعض بڑے شہروں میں پولیس کمشنر کی جانب سے ہفتہ میں ایک بار یا پندرہ روز میں ایک بار اخباری کانفرنس منعقد کی جاتی ہے جس میں اہم جرائم کی تفصیل معہ اعداد وشمار صحافیوں کو دی جاتی ہے اور سوالات کے جوابات دیے جاتے ہیں۔

جرائم کے نامہ نگار کے لیے ضروری ہے کہ وہ پولیس انتظامیہ کی جملہ تفصیلات سے اچھی طرح واقف رہے۔ کسی بھی ریاست میں پولیس کا اعلیٰ ترین افسر ''انسپکٹر جنرل آف پولیس'' Iinspector General Of Police کہلاتا ہے۔ بعض ہندوستانی ریاستوں میں ایسے اعلیٰ افسر کو ''ڈائریکٹر جنرل آف پولیس'' Director General Of Police کا عہدہ بخشا گیا ہے۔ آئی جی (پی) کے بعد ڈی، آئی، جی یعنی ڈپٹی انسپکٹر جنرل آف پولیس ہوتے ہیں جنہیں مخصوص علاقے دیے جاتے ہیں۔ بہت بڑے شہروں میں کمشنر آف پولیس اور ڈپٹی کمشنر آف پولیس کے عہدے ہوتے ہیں۔ سپر نٹنڈنٹ آف پولیس یا ''ایس پی'' ہر ضلع کے لیے متعین ہوتا ہے۔ بعض مصروف ضلعوں میں ایڈیشنل سپر نٹنڈنٹ آف پولیس کا بھی تقرر ہوتا ہے۔ جو اعلیٰ افسر ''آئی پی ایس'' یعنی انڈین پولیس سروس کا امتحان پاس کیے ہوئے ہوتے ہیں انہیں اسسٹنٹ سپر نٹنڈنٹ آف پولیس کہتے ہیں جبکہ صوبائی پولیس کے محکمہ کے افسران ''ڈپٹی سپر نٹنڈنٹ آف پولیس'' یا ''ڈی وائی ایس پی'' کہلاتے ہیں۔ انسپکٹر آف پولیس یا سرکل انسپکٹر آف پولیس کے ماتحت بعض مقامات پر ڈپٹی انسپکٹر

ہوتے ہیں بعض ریاستوں میں انہیں ''سب انسپکٹر آف پولیس کا عہدہ دیا گیا ہے۔ پھر جمعدار، ذفعدار یا حوالدار کا درجہ ہے جسے ہید کانسٹیبل بھی کہتے ہیں۔ ہیڈ کانسٹیبل کے بعد اخری درجہ پر پولیس کا سپاہی یا کانسٹیبل ہوتا ہے۔آج کل ہر اہم اسٹیشن میں خواتین پولیس یعنی ''ویمن پولیس'' ''Women Police بھی متعین ہیں۔ عام طور سے پولیس کا محکمہ جرائم Crime نظم وضبط Law And Order اور ٹریفک Traffic میں منقسم ہوتا ہے۔ بندرگاہوں کے لیے علیحدہ پولیس ہوتی ہے۔سی آئی ڈی یعنی ''کریمنل انویسٹی گیشن ڈیپارٹمنٹ'' Criminal Investigation Department میں سیاسی شعبہ اور جرائم کا شعبہ ہوتا ہے۔انسدادِ رشوت خوری کا شعبہ بھی علیحدہ حیثیت رکھتا ہے۔ ریلوے کے لیے پولیس کا علیحدہ شعبہ ہے جو ''ریلوے پروٹیکشن فورس'' Railway Protection Force کہلاتا ہے۔ ہر ریاست میں ریزرو پولیس Reserve Police کا اہتمام ہے۔ ہوم گارڈز Home Guards کے نام سے رضاکارانہ پولیس کام کرتی ہے۔ جرائم نامہ نگار کا فرض ہے کہ وہ سب سے پہلے ایک ایسی فہرست مرتب کر لے جس میں پولیس انتظامیہ کا مکمل ڈھانچہ ہو۔ ہر اہم پولیس افسر کا صحیح نام اور صحیح عہدہ یاد رہے۔ایسی معلومات کی ایک نقل اخبار کے صدر دفتر میں بھی رہنی ضروری ہے۔

محکمۂ پولیس کی جانب سے پولیس خبرنامہ ریڈیو سے بھی نشر ہوتا ہے۔آج کل گم شدہ افراد کی اطلاعات ریڈیو کے ساتھ ٹیلی ویژن پر بھی دی جا رہی ہیں۔اخباری نامہ نگار ریڈیو اور ٹیلی ویژن پر دی جانے والی پولیس کی اطلاعات اور تفصیلات پر نظر

رکھے۔

جب کبھی فرد پر کسی جرم کے مرتکب ہونے کا الزام ہے تو اسے گرفتار کر کے پولیس اسٹیشن لے جاتے ہیں اور مجسٹریٹ کے سامنے پیشی تک اسے پولیس کی حراست میں رکھا جاتا ہے۔ بعض گرفتاریوں کے لیے عدالت سے وارنٹ Warrant یعنی پروانہ گرفتاری لانا ضروری ہوتا ہے اور بعض گرفتاریاں بغیر وارنٹ کے ہی عمل میں آتی ہیں۔ کچھ جرائم ایسے ہوتے ہیں جس میں ضمانت پر مجرم کو عارضی طور پر رہائی دی جاتی ہے اور بعض جرائم میں ایسی رہائی کی گنجائش نہیں ہے۔

جرائم نامہ نگار کا فرض ہے کہ وہ تعزیرات ہند کی واقفیت کے ساتھ ساتھ یہ ضرور جان لے کہ گرفتاری، تفتیش، ماحضر، مقدمہ، جرم، پولیس ڈائری جیسے معاملات کی قانونی نوعیت کیا ہے۔ عدالتوں میں رائج جملہ طریقۂ کار کی ہر باریکی سے وہ شناسائی حاصل کرے۔ بہت بڑے امریکی اخبارات کے جرائم نامہ نگاروں کے لیے ایسی خصوصی موٹر گاڑیاں مہیا رہتی ہیں جس میں وائرلیس Wireless اور پولیس ریڈیو فون جیسے جدید ترین الیکٹرانک آلات لگے رہتے ہیں جن کی مدد سے کسی بھی جرم کی الاع فوراً مل جاتی ہے۔ انگلستان میں مشہور سراغ رساں ادارے ''اسکاٹ لینڈ یارڈ'' Soctland Yard کے صدر دفتر میں اخبارات، ریڈیو اور ٹیلی ویژن کو فوری طور پر اطلاعات کی فراہمی کے علیحدہ شعبے برسرِ عمل رہتے ہیں۔ بمبئی، دہلی، اور بنگلور جیسے عظیم شہروں میں محکمۂ پولیس نے ذرائع ابلاغ کے نمائندوں کے ساتھ تعاون کرنے کے لیے خصوصی پولیس افسران متعین کیے ہیں۔

جو ہر طرح سے نامہ نگاروں کی مدد کے لیے آمادہ رہتے ہیں۔ کرناٹک حکومت کی جانب سے قائم شدہ پولیس ٹریننگ کالج میسور میں وقتاً فوقتاً ایسے خصوصی سیمینار منعقد ہوتے رہتے ہیں جس میں پولیس افسران کو اخبارات کے ساتھ ہر ممکنہ تعاون کرنے کی ہدایت جاری کی جاتی ہیں۔ ہندوستان کی بیشتر یونیورسٹیوں میں ''علم جرائم یعنی کریمنالوجی'' Criminology کے شعبے قائم ہیں جہاں بی اے اور ایم اے سطح پر تعلیم دی جاتی ہے۔ ایسے علم جرائم کے شعبوں میں بھی طلبہ کو ''پریس ریلیشنز'' Press Relations ''اخبارات سے روابط'' کے خصوصی کورس لینے پڑتے ہیں جس میں اس بات پر زور دیا جاتا ہے کہ قانون کی حفاظت کرنے والے اور اسے نافذ کرنے والے اخبارات سے بھرپور اشتراک عمل کریں۔ جرائم نامہ نگاری کی تاریخ کے صفحات پر کئی ایسی روشن اور دلچسپ مثالیں ملتی ہیں جس میں ثابت کیا گیا ہے کہ بعض اہم معاملات میں نامہ نگاروں نے اطلاعات اور معلومات کی فراہمی کے ذریعہ سنگین مجرموں کی گرفتاری میں مدد دی ہے۔ آج کل جرائم کی تفتیش دو طریقوں سے ہو رہی ہے: ایک غیر سائنسی طریقہ پر اور دوسرے سائنسی طریقہ پر تفتیش وغیرہ معاملات کو ''پولیس سائنس'' Police Science کا نام دیا گیا ہے۔ جرائم نامہ نگار کو چاہیے کہ وہ علم جرائم، پولیس سائنس اور عدالتی اصول یعنی ''فورینسک سائنس'' Forensic Science سے متعلق جدید کتابوں اور رسائل کا مطالعہ کر کے بھی اپنی معلومات میں اضافہ کرے۔

آگ، خودکشی اور حادثات

غیر متوقع حادثات کے نامہ نگار کے لیے سب سے پہلی ہدایت یہ ہے کہ وہ اپنی آنکھیں ہمیشہ کھلی رکھے۔ غافل، کاہل اور بے پرواہ نامہ نگار حادثات اور غیر قدرتی اموات کے واقعات کی زیادہ صحیح طریقہ پر رپورٹ نہ کر سکے گا۔ عام انسانوں کی قوت مشاہدہ تیز نہیں ہوا کرتی۔ اگر ایک واقعہ کوئی افراد نے دیکھا ہے اور ان سے فرداً فرداً اسی واقعہ سے متعلق تفصیلات طلب کی جائیں تو ہر فرد اپنے اپنے طور پر مختلف الفاظ میں مختلف انداز سے مختلف تصویر پیش کرے گا۔ حادثات کی نامہ نگاری میں جہاں تک ہو سکے چشم دید گواہوں سے حقائق جاننے کی کوشش کی جائے۔ حادثات، تباہ کاریوں، خودکشی کی وارداتوں، بیماریوں اور غیر قدرتی اموات کے بارے میں مستند خبریں جمع کرنے کے لیے بہت ہمت، بے خوفی، قیاس ثابت قدمی، تیزی اور تیقن کی ضرورت ہے۔ نامہ نگار لاکھ چاہے مگر تماشائی درست اطلاعات دینے میں طاق نہیں ہو سکتا کیونکہ وہ ایک عام انسان نہیں ہے اور اس کا رجحان صحافیانہ نہیں ہے۔

حادثات صحافی کی موجودگی میں نہیں ہوتے۔ اس کے باوجود نامہ نگار کو جائے واردات پر پہنچ کر ہر ممکنہ تفصیل حاصل کر کے اصلی منظر کی لفظی تصویر کھینچنی ہوتی ہے اور ایسا کرتے وقت اس کی تحریر میں اتنا تنوع اور اعتماد ہونا چاہیے کہ عام قاری کے ذہن میں یہ بات آجائے کہ نامہ نگار نے چشم دید واقعہ کی تفصیل بیان کی ہے۔

آتش زنی، حادثات، اتفاقات، مصائب، زبوں حالی، بدبختی، تکالیف،

مجبوری، معذوری، خودکشی اور اموات کی تفصیلات جمع کرنے کی ذمہ داری کوئی خوشگوار کارگزاری نہیں ہے۔ مگر صحافی کا فرض ہے کہ وہ مسرت اور مصیبت دونوں حالات کی صحیح عکاسی کرے۔ صحافی ایسی وارداتوں کی تفصیلات کی اشاعت سے یکسر فرار حاصل نہیں کر سکتے۔ نامہ نگار کے لیے اس عملی میدان میں ہمدرد ہونا ضروری ہے۔ انسانیت سے وہ محبت رکھے اور انسانی تکالیف کی گہرائی کا اندازہ بھی لگائے۔

حادثات کا نامہ نگار کبھی ایک ایسے لڑکے کا پیچھا کرتا ہے جو گھر سے چوری کر کے بھاگ جانے کے جرم میں پکڑا گیا ہے اور مقامی ریمانڈ ہوم میں بھیج دیا گیا ہے۔ کبھی کسی شاندار ہوٹل میں برقی تاروں کے نقص یعنی شارٹ سرکٹ Short Circuit کی وجہ سے آگ لگ جاتی ہے۔ کہیں سے زلزلہ کی یا زلزلے کے خفیف جھٹکوں کی اطلاع ملتی ہے۔ کہیں کوئی پل ٹوٹ جاتا ہے، کہیں کوئی طوفان برپا ہو جاتا ہے، کہیں آندھی سے مالی اور جانی نقصان ہوتا ہے، کہیں نالے پھٹ جاتے ہیں، کہیں طغیانی سے تباہی مچتی ہے۔ جنگ چھڑتی ہے تو نامہ نگاروں پر بھی آفت آتی ہے۔ گزشتہ دو عالمگیر جنگوں میں اخباری نمائندوں کے تجربات کا تذکرہ کرنے کے لیے کئی ہزار صفحات درکار ہوں گے۔

مقامی اخبار میں کسی بازار میں ہوئے ایک معمولی حادثہ کی بھی بڑی اہمیت ہوتی ہے آگ لگنے کے چھوٹے واقعات کی بھی تفصیل دینی ہوتی ہے۔ اگر کسی چھوٹے سے مقام کے ایک مقبول دوکاندار کو ہلکی سے چوٹ بھی آتی ہے تو اس کا تذکرہ مقامی قارئین کے لیے دلچسپی کا باعث ہوتا ہے۔ خبر رساں ایجنسیاں صرف بڑے حادثات

پر توجہ دیتی ہیں۔ قدرے حقیر وارداتوں کو صرف مقامی اخبارات کا میدان سمجھا جاتا ہے۔ حادثہ سنسنی خیز ہو تو بیرونی اخبارات توجہ دیتے ہیں۔

حادثہ کا بڑا یا چھوٹا ہونا اس بات پر منحصر ہے کہ حادثہ میں کتنے افراد ملوث تھے۔ اگر کوئی ریل گاڑی حادثہ کا شکار ہوئی ہے اور ساڑھے تین سو افراد کی فوری موت واقع ہوئی جو تو اسے نہ صرف قومی اہمیت حاصل ہوگی بلکہ بین الاقوامی اخبارات بھی اسے مختصر ہی طور پر سہی مگر شائع ضرور کریں گے۔ مالی نقصان بھی جتنا زیادہ ہو گا غیر مقامی اخبارات اتنی ہی زیادہ دلچسپی دکھائیں گے۔

پہلی عالمی جنگ میں ایک کروڑ سے زیادہ لوگ ہلاک ہوئے اور دو کروڑ زخمی ہوئے۔ دوسری عالمی جنگ میں یہ تعداد کئی گنا زیادہ تھی۔ فوجیوں کے علاوہ کئی لاکھ شہری باشندوں کی موت واقع ہوئی۔ قحط اور وباؤں کی وجہ بھی اس جنگ کے دوران کئی لاکھ لوگوں کو بدنصیبی کی موت ملی۔ تباہی اور بربادی کی وسعت اتنی زیادہ رہی کہ اس جنگ کے تباہ کن اثرات آج بھی دنیا کے کئی حصوں میں لاکھوں افراد کو پریشانی میں مبتلا کیے ہوئے ہیں۔ 1887ء میں چین کی ہوانگ ہوندی میں جو سیلاب آیا تو کم و بیش نو لاکھ انسانوں کی لاشیں دریافت ہوئی تھیں۔ 1896ء میں جاپان کے سان ریکو نامی مقام پر زلزلہ کے فوراً بعد آئی تباہی میں 27 ہزار لوگ ہلاک ہوئے۔ 1939ء میں ترکی میں ایک زلزلہ کی وجہ سے لمحوں میں 33 ہزار سے زائد افراد ہلاک ہوئے۔ 1984ء میں بھوپال میں یونین کاربائیڈ نامی کارخانہ سے زہریلی گیس کے ناگہانی طور پر شہر میں پھیل جانے سے ہزاروں کی موت واقع ہوئی اور کئی ہزار

اشخاص اس کے نقصان دہ اثرات سے مجبور، معذور اور مقہور ہوئے۔ جون 1985ء میں ''ایر انڈیا'' کا ایک ہوائی جہاز ''کانشکا'' کناڈا سے لندن کی اڑان کے دوران کارک آئی لینڈ نامی مقام کے قریب فضا میں ہی پاش پاش ہو کر سمندر میں گر پڑا اور غرق ہو گیا۔ سارے مسافر اور عملہ کے جملہ افراد آن کی آن میں ہلاک ہو گئے۔ دنیا کی تاریخ ایسے ہزاروں بد بخت واقعات سے بھری پڑی ہے۔

نامہ نگار کو حادثات کی خبروں کے لیے ہسپتالوں، پولیس چوکیوں اور آگ بجھانے والے اداروں کے مراکز کا چکر لگانا پڑتا ہے۔ کسی بھی بڑے شہر میں شاید ہی کوئی دن ایسا گزرتا ہو جب کوئی نہ کوئی حادثہ شاہراہوں پر پیش نہ آتا ہو۔ ہر شہر میں پولیس کا ایک مختصر مگر اہم دفتر ہوتا ہے جو 24 گھنٹے روزانہ مسلسل مشغول رہتا ہے جسے ''پولیس کنٹرول روم'' Police Control Room کہتے ہیں۔ عام طور سے اس مرکز کو ٹیلی فون محکمہ کی جانب سے ایسا نمبر دیا جاتا ہے جو سب کو یاد رہ سکے۔ اکثر شہروں میں کنٹرول روم کا ٹیلی فون نمبر 100 ہوتا ہے۔ ہر چھوٹے بڑے قدرتی یا غیر قدرتی حادثہ کی اطلاع سب سے پہلے کنٹرول روم کو حاصل ہوتی ہے۔ بعض اوقات ریڈیو اور ٹیلی ویژن مراکز کو بھی ایسی خبروں کے اشارے تیز رفتاری سے موصول ہوتے ہیں۔

فائر بریگیڈ Fire Brigade یا فائر سروس اسٹیشن ایک ایسا ادارہ ہے جو حوادث میں مددگار ثابت ہوتا ہے۔ بھاری آگ لگتی ہے تو کوئی نہ کوئی شخص سب سے پہلے آگ بجھانے والے ادارہ کو اطلاع دینا دانائی اور فرض سمجھتا ہے تاکہ وہ اپنے

آلات اور آگ بجھانے والے انجن لے کر جلد از جلد جائے واردات پر پہنچیں۔ اکثر یہ انجن مخصوص آواز کی گھنٹی بجاتے ہوئے تیز رفتار سے آگ کو قابو میں لانے کے لیے بھاگے بھاگے آتے ہیں۔ یہ پتہ لگانے کے لیے کہ کس علاقہ میں آگ لگی ہے جدید طریقے دریافت کر لیے گئے ہیں۔ فائر بریگیڈ کے تربیت یافتہ کارندے اور افسر جان کی بازی لگا کر بھڑکتے ہوئے شعلوں کا مقابلہ کرتے ہیں اور آتش زدہ عمارات میں پھنسے ہوئے افراد کی محفوظ طریقے سے رہائی کا اہتمام کرتے ہیں۔ فائر سروس والوں کے پاس کئی ایسے جدید آلات ہوتے ہیں جن کی مدد سے وہ غرق ہونے والوں کو بچا سکتے ہیں۔ کسی مصیبت میں مبتلا انسان کو تکنیکی مدد سے جلد از جلد نجات حاصل کرنے کی سہولتیں فراہم کر سکتے ہیں۔ خصوصی سیڑھیوں، رسیوں، انوکھے آلات، اوزار، کرین Crane وغیرہ کے استعمال سے یہ خطرات میں پڑے انسانوں کو نکال لے آنے کی کامیاب کوشش کرتے ہیں۔ جہاں کہیں کوئی آگ کا بڑا حادثہ ہوتا ہے یا کوئی غیر معمولی خطرہ ہوتا ہے پولیس بھی فوراً آ جاتی ہے۔ تماشائیوں کو قابو میں کرنے کے ساتھ ساتھ پولیس بھی اپنے وسائل کے ذریعہ کسی نہ کسی طرح کی مدد بہم پہنچاتی ہے۔ اڑوس پڑوس کے لوگوں اور مجتمع ہجوم کو متنبہ کرنے کی ضروری ذمہ داری بھی پولیس والے نبھاتے ہیں۔ ایسے موقعوں پر جہاں حالات پر قابو پانے کی ہر ممکنہ کوشش ہوتی رہتی ہے اخباری نامہ نگار معلوماتی تفصیلات جمع کرتے رہتے ہیں اور پریس فوٹوگرافر اپنے کیمروں میں اہم پہلو محفوظ کرنے میں مصروف رہتے ہیں۔ کوئی بڑا حادثہ ہوتا ہے تو بڑے اخبارات اپنے کئی نمائندوں کو

جائے واردات پر متعین کر دیتے ہیں تا کہ حالات کی ہر ممکن تفصیلات کا احاطہ کرلیا جائے ۔کوئی مرنے اور زخمی ہونے والوں کی تفصیل جمع کرنے میں مصروف ہو جاتا ہے تو کوئی موقعہ واردات کی عمومی منظر نگاری کی ذمہ داری سنبھال لیتا ہے۔کوئی انسانی دلچسپی کے پہلو کی تلاش میں لگ جاتا ہے تو کوئی حادثہ میں بچ نکلنے والے افراد سے بیانات لینے میں مشغول ہو جاتا ہے۔کوئی دفتر میں بیٹھ کر ہی ہر ممکنہ ہدایات دینے اور تعاون کرنے کا فرض ادا کرتا رہتا ہے تو کوئی حقائق کی تلاش اور ترتیب میں لگ جاتا ہے اس طرح اجتماعی کوششوں سے بہتر رپورٹ تیار ہو جاتی ہے۔

جب کوئی حادثہ ہو جاتا ہے تو نامہ نگار کو جن سوالات کے درست جوابات حاصل کرنے ہوتے ہیں وہ اس طرح کے ہوتے ہیں۔

(1) ہلاک ہونے والے یا زخمی ہونے والے افراد کے صحیح نام اور جہاں تک حاصل کرنا آسان اور ممکن ہو صحیح پتے۔

(2) ان لوگوں کے نام اور پتے جو حادثہ میں بچ نکلے یا معمولی طور پر مجروح ہوئے۔

(3) حادثہ کی وجہ، متاثر ہونے والوں کے نام اور قانونی باریکیاں وغیرہ۔

(4) چشم دید گواہوں کے بیانات (جہاں تک ہو سکے گواہوں کے الفاظ میں)

اگر گواہوں کو اعتراض نہ ہو تو ان کے نام اور پتے بھی دیے جائیں اگر گواہ اپنا نام بتانا نہیں چاہتا یا بتاتا بھی ہے تو اخبار میں درج کرانا نہیں چاہتا تو اس کی خواہش کا احترام ضروری ہے۔

(5) اسی نوعیت کے یا اسی مقام پر ہونے والے پچھلے حادثات کا مختصر حال۔

(6) حادثہ سے متعلق کچھ یا زیادہ تفصیلات۔

(7) سرکاری ذرائع سے ملنے والی وہ معلومات جس سے حادثہ پر کچھ نہ کچھ روشنی پڑتی ہو۔

(8) حادثہ میں ملوث بس کمپنی، ریلوے محکمہ، فضائیہ ادارہ یا ٹرانسپورٹ کارپوریشن کے اعلیٰ افسران کے بیانات اور یہ اطلاع کہ انہیں مالی طور پر کتنا نقصان ہوا۔

(9) جائے واردات پر موجود ڈاکٹروں کے بیانات جس سے اندازہ لگ سکے کہ زخمی افراد میں کتنوں کی حالت تشویشناک ہے اور کتنے افراد کی جان بچ سے کی پوری امید ہے۔

(10) آگ بجھانے والے کارکنوں یا افسروں کے بیانات جس سے کسی خاص پہلو پر معاملات میں اضافہ ہو۔

(11) موٹر وہیکل ڈیپارٹمنٹ Motor Vehicle Department کے افسران سے یہ معلومات کہ حادثات میں ملوث موٹر گاڑیوں، لاریوں یا بس گاڑیوں کی حیثیت کیا تھی، یہ بھی جان لینے کی کوشش ہو کہ متعلقہ ڈرائیور کے پاس لائسنس موجود تھا یا نہیں، گاڑیوں کی صحیح ملکیت کا بھی تیقن کرلیا جائے۔

(12) چشم دید گواہوں کے بیانات اگر تحریری مل سکیں تو بہتر ہے یا ٹیپ ریکارڈر پر صدابند کرلیے جائیں۔

(13) حادثہ کے اسباب :وجہ تسلسل، نتیجہ، تجربات، خصوصیات ۔

(14) ہسپتال کے ملازمین، نرسوں، ایمبولینس ڈرائیوروں یا دیگر برسرِ کارکنوں سے گفتگو کے نتائج جو کسی حد تک قابلِ تذکرہ ہوں ۔

(15) موٹر میکینک یا بیمہ کمپنی کے افسران بھی اگر جائے واردات پر آ گئے ہوں تو ان کے بیانات بھی حاصل کیے جائیں تا کہ حادثہ میں ہونے والے مالی نقصانات کا صحیح اندازہ لگ سکے۔

(16) اس بات کا بھی پتہ لگایا جائے کہ حادثہ کی وجہ سے عوامی زندگی میں کس قدر خلل پڑا ہے۔

(17) موسمیات کے شعبہ سے رابطہ قائم کر کے یہ جانچ کی جائے کہ متعلقہ حادثہ میں موسم کے تغیر یا خرابی کا کس حد تک اثر رہا ہے ۔

(18) ائیر پورٹ کے تکنیکی افسروں یا محکمۂ ریلوے کے شعبۂ تحفظ یا موٹر ڈیپارٹمنٹ کے بریک انسپکٹر جیسے مخصوص افسروں سے رابطہ قائم کر کے متعلقہ حادثہ کے کسی نہ کسی تکنیکی یا خصوصی پہلو کے بارے میں تفصیل حاصل کرنے کی کوشش کی جائے ۔

(19) حادثہ بڑا ہو تو مقامی یونیورسٹی کے جغرافیہ، ارضیات، علمِ جنگلات یا دیگر متعلقہ شعبہ جات کے ماہر پروفیسروں سے بھی رابطہ قائم کر کے ضروری معلومات حاصل کی جا سکتی ہیں جس سے تفصیلات زیادہ تحقیقاتی اور مستند ثابت ہوں ۔

حادثات کی خبروں میں اکثر و بیشتر یکسانیت پائی جاتی ہے مگر قدرتی تباہ کاریوں

کی تفصیلات میں یکسانیت نہیں ہوتی کیونکہ ہر بار اس کی نوعیت جدا رہتی ہے۔ ہر تباہی کا واقعہ اپنی نوعیت کا آپ ہوتا ہے یا اس میں کوئی نہ کوئی نیا پہلو ضرور ہوتا ہے۔

آگ، خودکشی اور دیگر مہلک اور تباہ کن حادثات میں بھی کم و بیش یہی سوالات اہم ہوتے ہیں کہ:

کتنے افراد موت سے ہمکنار ہوئے؟ (جل گئے، جاں بحق ہوئے، ڈوب گئے)

کتنے افراد مجروح ہوئے؟ زخموں کی کیا تفصیل ہے؟ یعنی زخم معمولی ہیں یا تشویشناک؟ کس کس کو چوٹ لگی ہے؟

کس کی موت فوری طور پر واقع ہوئی؟ کیا کسی کو بچانے کی کوشش میں کسی کی جان گئی؟

مرنے والوں یا زخمی ہونے والوں کے نام کیا ہیں؟

لاشیں کہاں ہیں؟ کیا ہسپتال میں محفوظ ہیں یا متعلقین کے حوالے کر دی گئیں؟

زخمی افراد کہاں ہیں؟ کیا اولین طبی امداد کے بعد انہیں گھر جانے کی اجازت دے دی گئی ہے یا ابھی وہ ہسپتال میں ہی زیر علاج ہیں؟ ان کے شفایاب ہونے کی کیا امید ہے؟ حادثہ کی وجہ سے کیا کسی کو جسمانی نقصان ہوا ہے؟ کیا کوئی معذور رہو گیا؟ اگر ہو گیا ہے تو کس حد تک؟

زخمی ہونے والے افراد کی ضروری شناخت، ان کے پیشے اور دیگر تفصیلات!

بچاؤ کی کیا ترکیبیں کی گئیں؟ کس حد تک کامیابی ہوئی؟

حادثہ کے بعد متاثرین کی دیکھ بھال یا ضروری امداد کے لیے کون سے سماجی ادارے سرگرمِ عمل ہیں؟

حادثہ میں بچ نکلنے والوں کے لیے کس نوعیت کی مدد کا اہتمام کیا گیا؟ کیا وہ مطمئن تھے؟

چشم دید گواہوں میں کتنے لوگ مشہور یا مستند تھے؟

موقعۂ واردات پر مشاہدین یا تماشائیوں کی تعداد کتنی تھی؟ اُن کے خیالات کیا تھے؟ وغیرہ کیا حادثہ میں ملوث کار، کشتی، ہوائی جہاز، ہیلی کوپٹر، ٹرک اور بس اس سے پہلے بھی کسی حادثہ کا شکار ہو چکی ہیں؟

حادثہ میں پھنسے ہوئے لوگوں کو نجات دلانے کے لیے کون کون سے آلات اور اوزار استعمال کیے گئے؟

حادثہ کی وجہ سے فوری نقصانات کیا ہوئے اور پاس پڑوس کی روزمرہ زندگی پر کیا اثر ہوا؟ وغیرہ۔

جب تک نامہ نگار کے دماغ میں طرح طرح کے سوالات نہیں ابھرتے حادثات کی جامع خبریں یکجا نہ ہوسکیں گی۔ ممکن ہے کہ کچھ سوالات غیر ضروری، بہت ہی معمولی یا بچگانہ نظر آئیں مگر غور سے دیکھا جائے تو ایسے سوالات کے جوابات سے حادثہ کی صحیح تصویر قارئین کے روبرو آسکتی ہے۔

تحریر کے بارے میں یہ بات ہمیشہ ذہن نشین رہے کہ تحریر سے پہلے غور و فکر لازمی ہے۔ پہلے غور پھر قلم کا استعمال۔ کسی بھی رپورٹ کو لکھنے سے پہلے بھی ذرا سوچ

بچار کی ضرورت ہے۔ نئے نامہ نگاروں کو تو زیادہ غوروفکر کی ضرورت ہوتی ہے۔ غور و فکر کا یہ مطلب نہ لیا جائے کہ نامہ نگار تمام حقائق اور اعداد و شمار کی فہرست سامنے رکھ کر فلسفیوں کی طرح گہری سوچ میں غرق ہو جائے۔ اس کا مطلب صرف یہ ہے کہ کسی بھی رپورٹ کو ضبط تحریر میں لانے سے پہلے اس کے خطوط یعنی آوٹ لائن Outlines ذہن میں لائے جائیں اور ضروری پہلوؤں پر تھوڑا بہت خیال کرنا یا قیاس کرنا لازمی ہے۔ حادثات کی رپورٹ بھی ذرا سی محنت سے زیادہ دلچسپ بنائی جا سکتی ہے۔ جدت، طرازی کی کوشش بہتر ہے۔ ویسے یہ بات یاد رکھی جائے کہ قارئین سیدھی سادھی بات کو رنگین بیانی کے شگوفوں سے زیادہ پسند کرتے ہیں۔ تفصیلات سادگی سے ہی دی جائیں البتہ اس بات کی سعی ہو کہ گھسی گھسائی اور پٹی پٹائی طرز پر ہی خبروں کو لکھنے سے پرہیز کیا جائے۔ عصری دنیا میں ہر بات کی قدر میں ردو بدل ہو رہا ہے۔ عوام کے مزاج میں بھی آئے دن تغیرات ہو رہے ہیں۔ ایک ہی ڈھرے پر ہمیشہ چلنے کی کوشش نہ کی جائے۔ نامہ نگار کو یہ فیصلہ کرنا ہوتا ہے کہ رپورٹ کتنی طویل ہو۔ مناسب نظر آئے تو ابتدائیہ سطور میں منظر کی تفصیل ڈرامائی طور پر دی جا سکتی ہے۔

جب کسی ریلوے حادثہ کی خبر آتی ہے تو سب سے پہلا سوال جو عام قارئین کے ذہن میں ابھرتا ہے وہ یہ کہ مذکورہ لائن پر ریل گاڑیاں حسب معمول جا رہی ہیں یا نہیں۔ اس کی مستند اطلاع دینی ضروری ہے۔ اگر اوقات میں تبدیلی ہوئی ہے یا راستہ عارضی طور پر بدل دیا گیا ہے تو ایسی اطلاعات کو واضح کر دیا جائے۔

کسی بھی حادثہ کی روئداد لکھتے وقت حادثہ کی ذمہ داری کسی پر ڈالنے میں احتیاط برتی جائے۔ بہت ممکن ہے کہ دیگر اخبارات کسی اور کی غلطی بتائیں اور پولیس کی یا دیگر تفتیش کرنے والوں کی نظر میں غلطی اس کی نہ ہو جس کی غلطی نامہ نگار نے اپنے اخبار میں لکھ دی ہو۔ اکثر دیکھا گیا ہے کہ غلطی کی نشان دہی کرنے میں چشم دید گواہوں کے بیانات میں یکسانیت نہیں ہوتی۔ آتش زنی کے حادثات میں بھی آگ لگنے کی وجہ اس وقت تک یقین کے ساتھ نہ تحریر کی جائے جب تک معتبر اطلاع نہیں ملتی۔ ممکن ہے کہ نامہ نگار یہ لکھ دے کہ آگ کسی کی لگائی ہوئی ہے اور بعد میں یہ ثابت ہو کہ بجلی کے تاروں کی ابتری یعنی شارٹ سرکٹ Short Circuit کی وجہ سے یہ آگ یکا یک لگ گئی ہو۔ ایسے معاملات میں فائر بریگیڈ والوں سے تصدیق کر لی جائے تو بہتر ہے۔ پولیس افسر بھی آگ لگنے کی وجہ ایک حد تک درست ہی بتائیں گے۔ کسی گھر کو آگ لگی ہو تو گھر کے مکینوں سے بھی یہ بات دریافت کی جا سکتی ہے۔ ممکن ہے کہ وہ اس بات کی تصدیق کریں کہ متعلقہ گھر میں بجلی کے تاروں کا نظام ناقص تھا۔ بعض اوقات مٹی کے تیل کے اسٹوو Stove کے اتفاقیہ طور پر اچانک پھٹ پڑنے سے بھی آگ لگتی ہے۔ آج کل شہروں میں ''ایل پی جی'' ''لکوڈ پٹرولیم گیس'' Liquid Petrolum Gas کے چولہے زیادہ مستعمل ہیں۔ گیس کے سلنڈروں Cylinders کے پھٹنے سے بھی آگ کے کئی واقعات ہوتے رہتے ہیں۔ آتش بازی کے غیر محتاط کھیل سے آگ لگنے کے حادثات دیوالی کے موسم میں عام ہیں۔ جہاں پٹرولیم مصنوعات کا زیادہ استعمال

ہوتا ہے وہاں کسی سگریٹ یا بیڑی کے سلگتے ہوئے ، غفلت سے پھینکے ہوئے معمولی سے ٹکڑے سے بھی آگ بھڑک جاتی ہے ۔

جہاں کشتیوں کے ڈوبنے کی خبریں ہوتی ہیں وہاں اکثر و بیشتر مسافروں کی کثرت کی وجہ سے حادثے ہوتے ہیں ۔ بڑے بحری جہاز غرق ہوتے ہیں تو کسی میکانکی خرابی کی وجہ سے گڑبڑ ہوتی ہے ۔ ہوائی جہازوں کے حادثے ہوتے ہیں تو بڑی ایئر لائنز کمپنیاں انفرادی طور پر بیانات کے بجائے اپنے شعبۂ روابط عامہ کی وساطت سے حادثہ کے اسباب کی تفصیلات دینے کا اہتمام کرتی ہیں ۔ حادثے بڑے ہوں اور اسباب کا فوری پتہ نہ لگ سکے تو عموماً تحقیقاتی کمیشن کے تقرر کا اعلان ہوتا ہے ۔

آج کل حادثہ میں مرنے والے افراد کے قریبی متعلقین کو اور شدید طور پر زخمی ہونے والے مسافروں کو فوری طور پر مالی امداد دینے کا رواج ہے ۔ ٹرانسپورٹ کارپوریشن یا محکمۂ ریلوے یا جہاز رانی کمپنی یا ایئر لائنز کی جانب سے جو رقمیں دی جاتی ہیں اُن کی تفصیل بھی نامہ نگار حاصل کرے ۔ بعض اوقات صوبائی حکومتوں کے وزرائے اعلیٰ کی جانب سے بھی فوری امداد کا اعلان ہوتا ہے ۔ کافی بڑے حادثات میں وزیر اعظم کے ریلیف فنڈ سے بھی امدادی رقوم دی جاتی ہیں ۔ ایسی خبروں کی تفصیل اہتمام سے دی جائے ۔

فوج ، بحریہ اور فضائیہ میں حادثات ہوتے ہیں تو اخبارات کو اطلاعات تو مستند طریقہ پر دی جاتی ہیں مگر خبریں دینے اور تصاویر لینے کے لیے اجازت وغیرہ

معاملات میں محکمۂ دفاع کے کچھ خصوصی قوانین وضوابط ہیں جن پر سختی سے عمل کیا جاتا ہے۔نامہ نگاروں کا فرض ہے کہ وہ ایسے محکموں کی روایات کا احترام کریں۔

بعض حادثات ایسے ہوتے ہیں جن کی تفصیلات کا سلسلہ کئی دن تک جاری رہتا ہے۔کئی بڑے واقعات ایسے گزرے ہیں جن سے متعلق خبریں ہفتوں تک اخبارات میں آتی رہیں۔امریکہ اور انگلستان میں بڑے حادثات کو اتنی اہمیت حاصل ہو جاتی ہے کہ تمام تفصیلات کے ساتھ ضخیم کتابیں جلد سے جلد طبع ہو کر بازار میں آ جاتی ہیں اور کافی قدر ومنزلت سے خریدی جاتی ہیں مثلاً 1956ء میں ''آندریہ ددریا'' اور ''اسٹوک ہوم'' نامی دو بڑے بحری جہازوں کی زبردست ٹکر ہوئی تھی تو ''کولیژن کورس'' Collision Course نام سے ایک کتاب آل وین موسکو نامی نامہ نگار نے لکھی جو دو سال تک بڑی کافی تعداد میں فروخت ہوتی رہی۔ اس حادثہ کی سرکاری رپورٹ 1958ء میں شائع ہوئی مگر کتاب کی مقبولیت اور فروخت میں کوئی فرق نہ آیا۔رچرڈ ایف۔نیوکومب نامی ایک اور نامہ نگار نے شکاگو میں ہوئے آگ کے حادثہ پر ''دی گریٹ شکاگو فائر'' The Great Chicago Fire نامی کتاب لکھ کر کافی دولت اور شہرت کمائی تھی۔امریکہ کے ایک مشہور صدر جان۔ایف کینڈی کے قتل کے بارے میں بیسیوں کتابیں منظر عام پر آئیں اور کافی مانگ سے فروخت ہوتی رہیں۔ہندوستان میں ناناوتی قتل مقدمہ کا بڑا چرچا ہوا تھا۔اس سنسنی خیز قتل کے بارے میں کئی کتابیں شائع ہوئی تھیں اور ایک ہندی فلم ''یہ راستے ہیں پیار کے'' بنی تھی۔ہندوستان کی وزیر اعظم شریمتی اندرا

گاندھی کے وحشیانہ قتل کے فوراً بعد کئی کتابیں بازار میں آئی ہیں۔ امریکہ کے ہفت روزہ جریدہ ''ٹائم'' اور نئی دہلی کے پندرہ روزہ رسالہ ''انڈیا ٹوڈے'' نے اس قتل پر کافی تحقیقانہ انداز میں رپورٹیں شاءکر کے دادِ تحسین حاصل کی ہے۔

اموات کی خبریں کسی بھی اخبار کے لیے ہمیشہ اہم رہی ہیں۔ شاید ہی کوئی روزانہ اخبار ایسا شائع ہوتا ہو جس میں کسی نہ کسی مشہور یا نیم مشہور یا قابلِ ذکر ہستی کی موت کی خبر شائع نہ ہوتی ہو۔ کسی مقتدر یا اہم فرد کے قریبی رشتہ داروں کی خبر بھی اہمیت اختیار کر لی جاتی ہے گو بذاتِ خود وہ مشہور نہیں ہوتے۔ کسی مرکزی وزیر کی ساس، کسی وزیر اعلیٰ کی بھتیجی، کسی گورنر کے داماد، کسی کمشنر کی ماں کے انتقال کی خبریں اہم ہو جاتی ہیں۔ مقامی اخبارات میں تو مقامی اہم اموات کا تذکرہ بہت ضروری ہے۔

اردو اخبارات میں موت کی خبر کے ساتھ ہی تعزیتی عبارتیں لکھ دینے کی عادت ہے جو ترک ہو جائے تو بہتر ہے۔ ''دعا ہے کہ خدا مرحوم کو جنت الفردوس میں جگہ دے اور تمام لواحقین کو صبرِ جمیل عطا فرمائے'' جیسے جملوں کو ختم کر دیا جائے کیونکہ انگریزی اور دیگر ہندوستانی زبانوں کے اہم اخبارات بھی صرف انتقال کی خبر دیتے ہیں، مغفرت کی دعا نہیں کرتے اور صبر ایوب کی تلقین نہیں کرتے! اہم شخصیات کے انتقال کی خبر کے ساتھ مختصر سوانح عمری بھی دی جاتی ہے جسے انگریزی میں ''اوبے چواری'' Obituary کہتے ہیں۔ بعض اوقات اس لفظ کا مخفف ''اوبٹ'' Obit بھی استعمال ہوتا ہے۔ بڑے اخبارات میں مشہور ہستیوں کی زندگی کے حالات

پہلے ہی سے اس وقت جمع کر کے رکھ لیے جاتے ہیں۔ جب وہ مرض الموت میں مبتلا ہو جاتے ہیں تا کہ ایسی ہستی کے انتقال کی خبر ملتے ہی ان تفصیلات سے استفادہ کیا جائے۔ یہاں تک کہ تصاویر بھی پہلے ہی سے حاصل کر کے تیار رکھ لی جاتی ہیں تا کہ عین وقت پر کسی قسم کی پریشانی نہ ہو۔

ریڈیو اور ٹیلی ویژن پر کسی شخص کی بیماری کی خبر کو زیادہ اہمیت نہیں دی جاتی۔ اخبارات اہم شخصیات کی علالت کا تذکرہ ضروری سمجھتے ہیں۔ ہفت روزہ اخبارات بھی بیماری کی خبریں اس خوف سے نہیں دیتے کہ کہیں اخبار کے شائع ہونے سے پہلے ہی مذکورہ شخص فوت نہ ہو جائے۔ قرب و جوار میں کوئی متعدی بیماری پھیلی ہو تو اس کی اطلاع دینا اخبار کا فرض ہے۔ ایسی خبروں کے ساتھ ہی مذکورہ بیماری سے بچنے کے طریقے بھی شائع ہوں تو بہتر ہے۔ قارئین کی صحیح رہنمائی کی جائے اور ہو سکے تو ماہر ڈاکٹروں کی رائے بھی رپورٹ میں شامل کر دی جائے۔

خودکشی کی خبر موت اور جرم کی مخلوط خبر ہوتی ہے۔ پولیس اسٹیشن یا ہسپتال یا اڑوس پڑوس سے خودکشی کی واردات کے اولین اشارے ملتے ہیں۔ موت کی خبریں پوشیدہ نہیں رکھی جاتیں، مگر متعلقہ خاندان کے افراد خودکشی کی خبروں کو مخفی رکھنا چاہتے ہیں۔ اگر خودکشی کی اطلاع دی بھی جاتی ہے تو اصل سبب کو چھپانے کی ہر ممکن کوشش ہوتی ہے۔ خودکشی کی خبروں پر عموماً لوگ شک کرتے ہیں۔ بیشتر ایسا ہوتا ہے کہ جس حادثہ کو خودکشی کہا جاتا ہے وہ بعد میں قتل کا واقعہ ثابت ہوتا ہے۔ جب تک پوسٹ مارٹم رپورٹ نہیں آ جاتی معاملات مبہم رہتے ہیں۔ عموماً خودکشی کے اصل اسباب کے

بارے میں حقائق کم معلوم ہوتے ہیں اورافواہیں زیادہ اڑتی ہیں۔خودکشی کے بھی کئی طریقے ہیں: چلتی ریل گاڑی کی پٹریوں پر سوکر کچھ لوگ اپنی جان گنواتے ہیں، کچھ زہر کھالیتے ہیں، کچھ اپنے آپ کو پھانسی دے لیتے ہیں۔نیند کی گولیاں زیادہ مقدار میں کھاکر مرنے کے واقعات بھی عام ہیں۔کچھ ندی، نالوں یا سمندر میں جان بوجھ کر کود پڑتے ہیں۔کچھ بلند قامت عمارات سے چھلانگیں لگاتے ہیں۔خودسوزی کے حادثات بھی ہوتے رہتے ہیں۔کچھ خود کو بندوق کی گولی کانشانہ بنالیتے ہیں۔اپنے ہی جسم میں خنجر ٹھونک لینے کے واقعات کی بھی کمی نہیں۔خودکشی کی خبر کے ساتھ یہ اطلاع دینی ضروری ہوتی ہے کہ خودکشی ''کیسے'' کی گئی۔خودکشی کے کئی اسباب ہیں: امتحان میں ناکامی، مسلسل بیماری، کسی سے ناچاقی، ملازمت نہ ملنے سے مایوسی، محبت میں حسبِ مرضی شادی نہ ہونے کی وجہ دل برداشتگی، تجارت میں یک لخت نقصان ہونے سے پریشانی، بیٹی یا بیٹے، بیوی یا بھائی کی کسی نازیبا حرکت سے شرمندگی، انتخابات میں غیر متوقع ہار، ملازمت میں ترقی نہ ملنے سے خفت، قرضوں کی بھرماراور قرض دینے والوں کے مسلسل تقاضوں سے بیزارگی، مالی تکلیف سے ابدی نجات کی خواہش وغیرہ۔کنواری لڑکیاں ناجائز طور پر حاملہ ہوجانے کی وجہ سے اکثر خودکشی کرلیتی ہیں۔گھوڑ دوڑ میں یا کسی اور جوے بازی میں بھاری رقم گنوا کر دیوالیہ ہونے کے غم میں خودکشی کی وارداتیں بھی عام ہیں۔بہرحال اخباری رپورٹ میں اسباب کا تذکرہ ضروری ہوتا ہے۔بعض خودکشی کرنے والے اپنے تحریری بیانات چھوڑ جاتے ہیں۔کچھ لوگ خودکشی کرلینے کی دھمکیاں دیتے دیتے ہی یکا یک

اس حرکت کا ارتکاب کر بیٹھتے ہیں تو خودکشی کے اصل سبب کا جلد اور صحیح اندازہ لگ جاتا ہے۔ خودکشی کرنے والی ہستی اہم ہو تو اخبارات میں زیادہ جگہ دی جاتی ہے۔ مثلاً مشہور فلم ایکٹریس مارلن منرو کی خودکشی کا اخبارات میں کئی دنوں بلکہ ہفتوں تک چرچا رہا۔

اموات قدرتی ہوں یا خودکشی کی وارداتیں، مرنے والے یا مرنے والی کی عمر درج کرنا ضروری ہے۔ لواحقین کے بارے میں مختصر تذکرہ ہونا چاہیے کہ بیوی (یا بیوہ) کے علاوہ کتنے بیٹے اور کتنی بیٹیاں مرحوم نے چھوڑی ہیں۔ بعض روئدادوں میں تجہیز و تکفین کے بارے میں بھی اطلاعات دی جاتی ہیں۔ مقامی اخبارات میں مرنے والوں کے بارے میں بڑے اخبارات کے مقابلے میں زیادہ تفصیل دینی ضروری ہوتی ہے۔

کسی اہم شخصیت کی موت یکایک ہوگئی ہو یا پراسرار طریقہ پر واقع ہوئی ہو تو خبر کی اہمیت میں غیر معمولی اضافہ ہو جاتا ہے۔ بعض موت کی خبروں میں انسانی دلچسپی کا عنصر بھرا رہتا ہے مثلاً ایک جیپ کار کے حادثہ میں ایک ایسی لڑکی کی ہلاکت جو اگلے دن دلہن بننے والی تھی۔ یا کسی ایسے شخص کی موت جو دو ہزار کلومیٹر کی مسافت تو طے کر کے اپنی کار میں آیا تھا مگر اپنے گھر کے کمپاؤنڈ میں کار داخل کرتے وقت مر گیا۔

اموات کی خبروں میں مرنے والوں کے نام کی درستگی پر زیادہ توجہ دی جائے۔ مرحوم کی شناخت مناسب طور پر ہو۔ موت کا وقت اور جگہ کی تفصیل دی جائے۔

جنازہ کے جلوس کے بارے میں ضروری معلومات دی جائیں۔ اگر مرنے والے کی وصیت میں کوئی غیر معمولی خواہش کا اظہار ہو تو اس کے بارے میں اطلاع ضرور درج کی جائے۔ اموات کی خبروں کے سلسلہ میں بھی کئی قانونی باریکیاں ہیں اس لیے خبر حد درجہ احتیاط کے ساتھ تحریر اور شائع ہو۔ کسی کی موت کے بارے میں اخبار میں خبر آ جائے اور بعد میں وہ خبر جھوٹی ثابت ہو تو اخبار کے ناشرین کو بہت خفت اٹھانی پڑتی ہے۔ لہٰذا ہر موت کی خبر کی اشاعت سے پہلے تصدیق ضروری ہے۔

سماجی رپورتاژ

عوام اور خیالات سے خبر پیدا ہوتی ہے۔ عوام اور واقعات سے خبریں بنتی ہیں۔ عوام اور مسائل سے خبروں کے انبار لگتے ہیں۔ عوام کے بغیر خبروں کا تصور ہی مشکل ہے۔ کسی بھی سماج کے افراد اخبارات کے لیے خبروں کا بہترین ذریعہ ہیں۔ بڑے اخبارات سماجی معاملات کی خبریں جمع کرنے کے لیے خصوصی نامہ نگاروں کا تقرر کرتے ہیں۔ فلمی اداکاروں کی جھلکیاں حاصل کر کے دلچسپ رپورٹیں لکھنے کے لیے فلمی رسالے ماہر کالم نگاروں کو بڑی تنخواہیں دیتے ہیں۔ وزیروں، سفیروں اور اہم اعلیٰ افسروں کے متعلق دلچسپ معلومات حاصل کرنے کے لیے خصوصی صحافی ہر ممکنہ کوشش کرتے ہیں۔ انفرادی خبروں کو بھی بعض اخبارات میں اہمیت دی جاتی ہے۔ اہم عہدہ داروں کے انٹرویو شائع کر کے ان کی سماجی زندگی کے مختلف پہلوؤں پر روشنی ڈالی جاتی ہے۔

مغربی ممالک کے اخبارات میں ''سوسائٹی نیوز'' یعنی سماجی خبروں کو بہت اہمیت دی جاتی ہے۔ سماجی خبروں کے لیے خواتین نامہ نگاروں کو ترجیح دی جاتی ہے ویسے کئی مرد نامہ نگار بھی سماجی خبریں جمع کرنے میں کامیاب اور مشہور رہیں۔ سماجی صفحہ یا سماجی کالم کسی بھی سماج کی روایات کا آئینہ دار ہوتا ہے۔ سماجی خبروں میں خواتین سے متعلق خبریں زیادہ دی جاتی ہیں۔ سماجی خبروں کے نامہ نگار گل فروشوں، فیشن ایبل دوکانداروں، نسوانی آرائش کرنے والے سیلونوں، خواتین کی انجمنوں، مشہور ہوٹلوں اور سیاحت سے متعلق دفاتر سے زیادہ گہرے اور خوشگوار روابط قائم کر لیتے ہیں۔

سماجی نامہ نگار کے لیے یہ ضروری ہے کہ وہ مختلف سماجی اداروں کے کیلنڈر، پراسپکٹس، سالنامے، ڈائرکٹری، یادگاری مجلّے، اراکین کی فہرستیں وغیرہ جمع کرے تاکہ مختلف سماجی اور ثقافتی اداروں کے عہدہ داروں اور مستقبل کے پروگراموں سے واقفیت ہوتی رہے۔ ایسے اداروں سے شائع ہونے والے معیاری رسائل پر بھی نظر رکھی جائے تاکہ آئندہ منعقد ہونے والے اجلاس، مقابلوں اور انتخابات وغیرہ سے متعلق تازہ ترین اطلاعات یکجا رہیں۔ تمام اہم اداروں اور عہدہ داروں کے ٹیلیفون نمبروں کا اندراج رہے۔

سماجی صفحہ کے لیے نامہ نگار کو سالگرہ پارٹی، فیشن پریڈ، پھولوں کی نمائش، پکوان کے مقابلوں، شادیوں، شادی کی سالگرہ پارٹیوں، خیر مقدمی اور الوداعی پارٹیوں جیسے مختلف سماجی رسمی اور غیر رسمی اجتماعات میں شرکت کرنی ہوتی ہے۔ عموماً ایسی

پارٹیوں میں چائے کی دعوت یا پر تکلف ضیافتوں یا اعلیٰ سماجی حلقوں میں شراب نوشی کی پارٹیوں کا اہتمام بھی رہتا ہے۔ ''ہائی سوسائٹی'' High Society کی اکثر سماجی بزم آرائیاں کافی رنگین اور پر رونق ہوتی ہیں۔ ایسے تعیش پرور سماجی ماحول میں اپنے آپ کو اجنبیت سے دور رکھنے کی نیت سے نامہ نگار کو بھی ایک گوارا حد تک اسی رنگ میں رنگ جانا ضروری ہوتا ہے۔ جب تک متعلقہ سماج کے طور طریقوں، آدابِ محفل اور روایات سے رغبت اور واقفیت نہیں ہوتی نامہ نگار کو اپنی پیشہ وارانہ ذمہ داری نبھانی مشکل ہو جائے گی۔ سماجی کالم کے لیے حد درجہ ذاتی پہلوؤں پر بھی حاشیہ آرائی کرنی ہوتی ہے۔ نوجوان لڑکوں اور لڑکیوں کے مشاغل اور عزائم کا تذکرہ کرنا ہوتا ہے۔ نئے اراکین کے تعارف نامے تحریر کرنے ہوتے ہیں۔ جن خصوصی معاملات میں اعلیٰ سوسائٹی کے اراکین کو بہت زیادہ دلچسپی ہوتی ہے ان معاملات کے جائزے دینے ہوتے ہیں۔ سماجی اداروں کے زیر اہتمام منعقد ہونے والے امدادی تفریحی پروگراموں کی تشہیر کرنی ہوتی ہے۔ چھوٹی موٹی تصاویر یا زیورات یا ملبوسات یا گل آرائی کی نمائشوں کے بارے میں پیشگی اطلاعات اور تبصروں کی ضرورت ہوتی ہے۔ سماجی رپورتاژ میں ایسی معمولی باتوں تک کا ذکر ہوتا ہے کہ چائے کس نے پیش کی؟ موسیقار کون تھے؟ کس نے تفریح کا اہتمام کیا؟ کس نے میر مجلس یعنی ماسٹر آف سیرومنیز Master Of Cermonies کے فرائض انجام دیے؟ گلدان میں کون سے پھول سجے تھے؟ محفل میں شریک ہونے والی خواتین کے ملبوسات کی وضع قطع اور رنگوں کا تذکرہ ضروری ہے اور اہم خواتین کے پہنے

ہوئے زیورات کی تفصیل بھی۔ الوداعی اور استقبالیہ محفلوں میں دیے جانے والے تحائف کی تفصیلات بتائی ہوتی ہیں۔ ضیافت میں رکھے گئے کھانے پینے کی اشیاء کی فہرست اور سلیقگی کے بارے میں رائے دینی ہوتی ہے۔ سماجی نامہ نگاری کی اپنی ایک مکمل تاریخ ہے۔ مغربی ممالک کے اخبارات کے سماجی کالموں میں رومان، سگائی، طلاق اور تمام متوقع شادیوں اور چھوٹے موٹے گھریلو اختلافات کی بھی خبریں دی جاتی ہیں۔ ہندوستان کے سب سے پہلے مطبوعہ اخبار ''ہکیز بنگال گزٹ'' Hicky's Bengal Gazette میں بھی سماجی خبروں کو ممتاز مقام بخشا گیا تھا۔

اردو اخبارات میں عموماً سماجی خبروں کو ایسی زیادہ اہمیت نہیں دی گئی ہے۔ ان کی جگہ مذہبی اور نیم مذہبی مجالس، ادبی محافل اور مشاعروں وغیرہ کی خبروں کو امتیازی جگہ دی جاتی رہی ہے مگر جیسے جیسے سماجی تغیرات رونما ہوں گے ضرورت محسوس ہوگی کہ اپنے اپنے طور پر اردو اخبارات بھی سماجی خبروں کو کچھ نہ کچھ جگہ بخشیں۔ ممتاز شادیوں کو جنہیں عرفِ عام میں ''سوسائٹی ویڈنگ'' Society Wedding کہتے ہیں اخبار میں اہمیت دینے سے قارئین کی دلچسپی میں اضافہ ہوسکتا ہے۔ روٹاری کلب، لائنز کلب، جے سی انٹرنیشنل، وائی ڈبلیو سی اے، راؤنڈ ٹیبل، وائی مین کلب، روٹراکٹ کلب، لیو کلب، وائی ایم سی اے، جیسے معروف اداروں کی آج کل ہر چھوٹے بڑے شہروں میں شاخیں قائم ہیں۔ بعض بڑے شہروں میں ''بزم نسواں'' یا ''مہیلا سبھا'' یا ''استری سدن'' جیسے ناموں سے خواتین کی سماجی خدمت گزار

انجمنیں قائم ہیں۔ ایسے نسوانی اداروں کی سرگرمیوں کے بارے میں خبروں کو ترجیح دی جاسکتی ہے۔ روٹاری انٹرنیشنل کے اراکین کی بیگمات کی ایک علیحدہ انجمن ہوتی ہے جو "انروہیل کلب" Inner Wheel Club کہلاتی ہے۔ اس انجمن کی زیادہ تر کارروائیاں خواتین کی فلاح و بہبود سے متعلق ہوتی ہیں۔

کھیل کود کی خبریں

آج کل کھیل کود اور کھلاڑیوں کی کافی ہمت افزائی ہو رہی ہے۔ اسپورٹس کی خبریں حد درجہ دلچسپی سے پڑھی جاتی ہیں۔ خصوصی اسپورٹس رسالوں کی مقبولیت میں روز افزوں ترقی ہوتی جارہی ہے۔ ریڈیو اور ٹیلی ویژن پر بھی اسپورٹس کو بہت وقار بخشا جارہا ہے۔

جہاں کہیں کھیل کود کے مقابلے ہوتے ہیں عوام بڑی تعداد میں جمع ہوتے ہیں۔ کھیل کود کی خبریں جمع کرنے والے نامہ نگار کا تقریباً ہر کھیل کے قوانین اور ضوابط سے واقف ہونا ضروری ہے۔ آج کل لوگ کھیل کود کے بارے میں مقابلوں سے پہلے کی تفصیل چاہتے ہیں۔ کھیل کے دوران کی تمام تفصیلات مانگتے ہیں اور کھیل کے بعد جائزہ کی صورت میں ماہر تبصرے پڑھنے کے خواہش مند ہیں۔ اسپورٹس کی خبریں تیز رفتاری سے، حد درجہ درستگی اور رنگین بیانی کی لطافت کے ساتھ دینا ضروری ہے۔

کھیل کود کی خبروں کو جاذب نظر طریقہ پر لکھنے میں نامہ نگار کو بھی عجیب مزہ آئے

گا۔ دیگر معاملات کے مقابلہ میں اسپورٹس نامہ نگار کو رائے دینے کی آزادی زیادہ ہے۔ وہ کھیل کود کی اصطلاحات پوری فراخ دلی کے ساتھ استعمال کر سکتا ہے اور اپنے طرزِ بیان میں ہر طرح کی شگفتگی لانے کی کامیاب سعی کر سکتا ہے۔ اسپورٹس کی خبریں بھی کم و بیش انہی اصولوں کی پابندی کے ساتھ لکھی جاتی ہیں جن کی عام خبروں کی تحریر میں سنجیدگی سے پابندی ہوتی ہے۔ کھیل کود کی خبروں میں ہر چیز سلسلہ وار لکھنے کی چنداں ضرورت نہیں، لمحہ بہ لمحہ تفصیلات کے ساتھ ہر بات لکھنے کا تسلسل کا رواج نہیں۔ اسپورٹس میں نتیجہ بہت اہم ہوتا ہے۔ ایک تحقیقی جائزہ کے مطابق ''شکاگو ٹریبیون'' Chicago Tribune نامی امریکی روزنامہ کے 4 جولائی 1847ء کے شمارے میں پہلی کامیاب اسپورٹس رپورٹ شائع ہوئی تھی۔ اُس دن سے اب تک دنیا بھر کے روزانہ اخبارات میں کھیل کود کو خبروں کی تحریر اور اشاعت کے سلسلہ میں کئی تجربات ہوئے ہیں۔ جن کے کئی خوشگوار نتائج نکلے ہیں۔ اسپورٹس نامہ نگاری میں کئی طرح کی عمدگی آئی ہے۔ تعریفی اور توصیفی جملوں کے استعمال میں جتنی آزادی اسپورٹس نامہ نگار کو نصیب ہے وہ کسی اور شعبہ کے نامہ نگاروں کو نہیں۔ وہ اپنی بے لاگ رائے کے اظہار میں پوری آزادی کا مالک ہے۔ کھیل کود کی خبروں میں ایسے الفاظ بھی استعمال کیے جا سکتے ہیں جو عام طور سے دیگر روئدادوں میں شاذ و نادر ہی مستعمل ہیں۔ اسپورٹس نامہ نگار ہلکے پھلکے الفاظ کا بڑی فراخ دلی سے استعمال کر سکتا ہے۔ مروجہ استعارے، کنائے، مجازی عبارتیں اور تشبیہات بھی کھیل کود کا نامہ نگار کثرت سے استعمال کر سکتا ہے۔ تمثیل نگاری سے بھی وہ اپنی رپورٹ کو زور

داراور پر لطف بنا سکتا ہے ماضی کے حوالوں سے وہ تقابلی معلومات درج کر سکتا ہے۔ ادبی چاشنی کے استعمال کی کوئی ممانعت نہیں ہے۔کھیل کود ایک ایسا مشغلہ ہے جس میں زیادہ سے زیادہ محظوظ ہونے کی رغبت اور خواہش ہوتی ہے۔لوگ تفریح طبع کے لیے ہی کھیل اور کھلاڑیوں سے دلچسپی لیتے ہیں۔کھیل کود کی رپورٹرں میں شاعرانہ رنگ بھی پایا جائے تو کوئی مضائقہ نہیں۔مگر ماہر نامہ نگار رنگینی سے زیادہ درستگی اور شعریت سے زیادہ معتبر منظر نگاری کو ترجیح دے گا۔

ہر ملک کا ایک محبوب کھیل ہوتا ہے مثلاً انگلستان میں کرکٹ مرغوب ہے اور گھوڑ دوڑ کو عام مقبولیت حاصل ہے، امریکی بیس بال Base Ball کے دیوانے ہیں۔ کلکتہ میں فٹ بال سے لوگوں کو گہری دلچسپی ہے۔اتر پردیش کے دیہی علاقوں میں کبڈی کو ممتاز حیثیت حاصل ہے۔کورگ کے باشندے ہاکی کے شوقین ہیں۔اس طرح ہر کھیل کی ایک صوبائی یا علاقائی یا قومی مقبولیت ہوتی ہے جس پر خصوصی توجہ دینی ہوتی ہے۔اگر کسی شہر میں عوام کو کیرم Carrom سے زیادہ رغبت ہے اور اس کھیل کے ٹورنامنٹ منعقد ہوتے ہیں تو مقامی اخبار میں اسے امتیازی مقام دینا ضروری ہو جاتا ہے۔مہاراشٹر کے کئی چھوٹے بڑے شہروں میں پنجاب اور ہریانہ میں عوام کو فن پہلوانی سے دلچسپی ہے۔اس طرح ہر علاقہ کے اس کھیل پر زیادہ توجہ دی جائے جس میں عوامی دلچسپی زیادہ پائی جاتی ہے۔

کسی بھی کھیل کے بارے میں پیشگی اطلاعات کے لیے کوچ Coach (کھیلوں کی ماہرانہ تربیت دینے والے)، منیجر، کپتان، کھلاڑیوں یا ٹورنامنٹ کا

اہتمام کرنے والی کمیٹیوں کے اراکین سے روابط قائم کیے جائیں۔پس منظر کے لیے کھیل یا ٹورنامنٹ وغیرہ کے گزشتہ ریکارڈوں کا بھی معائنہ کرلیا جائے۔ ٹورنامنٹ یا کرکٹ ٹیسٹ Test اہم ہو تو پیشگی رپورٹوں کے ساتھ بھی تصاویر دی جائیں۔

نامہ نگار کے لیے ضروری ہے کہ وہ حتی المقدور مندرجہ ذیل حقائق ضرور جمع کر لے۔

(1) ٹورنامنٹ Tournament یا سیریز Series یا ٹیسٹ Test کا صحیح نام:

(2) ٹیم کے دفتر کا پتہ، تاریخ بنیاد اور ٹیم کی مقبولیت۔

(3) کھیل کے میدان یا اسٹیڈیم کا صحیح پتہ۔

(4) اسٹیڈیم میں کتنے تماشائیوں کے بیٹھنے کی جگہ ہے۔

(5) کھیل کے میدان میں زیادہ سے زیادہ کتنے تماشائی سما سکتے ہیں۔

(6) ٹیموں کے مینجروں کے نام۔

(7) ٹورنامنٹ یا لیگ League یا ٹیسٹ کا اہتمام کرنے والے ادارے کے عہدہ داروں کے صحیح نام، پتے، دفتری اور رہائشی ٹیلی فون نمبر۔

(8) اگر اتفاق سے ٹورنامنٹ کے لیے کوئی روابطِ عامہ کا افسر متعین ہو تو اُس کا نام اور ٹیلی فون نمبر۔

(9) پریس گیلری کے انتظامات کے متعلق تفصیل۔

(10) ٹکٹوں کی فروخت اور سواری گاڑیوں کی پارکنگ کے متعلق ٹریفک پولیس کی ہدایات کی تفصیل۔

(11) کھیلوں میں حصہ لینے والے کھلاڑیوں کے نام، ممکن ہو تو حروفِ تہجی کی ترتیب میں۔

(12) کھلاڑیوں کے متعلق اہم تفصیلات۔ قد، وزن، پوزیشن، ٹیم سے تعلق، ماضی میں دیگر ٹیموں سے تعلق، گزشتہ یادگار کامرانیاں، انعامات وغیرہ۔

(13) کوچنگ کرنے والوں یعنی تربیت دینے والوں کے نام، امتیازات، پس منظر، شہرت، مقامی مقبولیت، عمومی رویے وغیرہ۔

(14) کھیلوں کے سلسلہ میں تازہ ترین مسائل اور اُن کے مجوزہ حل۔

(15) کھیلوں کے متوقع نتائج پر کیے جانے والے اندازوں اور پیش گوئیوں کی تفصیل۔

(16) اگر کھلاڑی دیگر صوبوں یا غیر ممالک کے ہوں تو متعلقہ کھلاڑیوں کے ناموں کے صحیح تلفظ۔

(17) موسم کے بارے میں معلومات اور محکمہ موسمیات کی پیش گوئی۔

(18) کھیل کے دوران آنے والے مہمانانِ خصوصی اور تقسیم انعامات کے لیے کیے گئے انتظامات کی تفصیل۔

یاد رہے کہ کھیل ''شوقیہ'' یعنی امیچر Amateur اور پیشہ وارانہ یعنی ''پروفیشنل'' Professional ہوتے ہیں۔ ایک اور تقسیم میں کھیل ''حصہ دارانہ'' یعنی پارٹی سی

پینٹ Participant اور ''تماشائی'' یعنی اسپکٹیٹر Spectator کھیل کہلاتے ہیں۔ ہندوستان میں لوگ تیراکی، مچھلی کے شکار، پتنگ بازی، مرغوں کی لڑائی، بٹیر بازی، کبوتر بازی، چوسر، شطرنج جیسے کھیلوں میں حصہ لیتے ہیں مگر ان کی خبریں اخبارات کے صفحات میں عموماً نہیں شائع ہوتیں۔ ہندوستان میں مندرجہ ذیل کھیل زیادہ مقبول سمجھے جاتے ہیں اور اُن سے متعلق اہم خبروں کو اسپورٹس صفحات پر جگہ دی جاتی ہے۔

کرکٹ، ہاکی، لان ٹینس یا کورٹ ٹینس، ٹیبل ٹینس عرف پنگ پانگ، بیڈمنٹن، والی بال، باسکٹ بال، ٹریک اینڈ فیلڈ، باکسنگ (مکہ بازی)، دنگل (پہلوانی)، بلیرڈس، ہوتو تو، کھوکھو، آبی کھیل Acquatics، گھوڑ دوڑ، جمناسٹک Gymnastics سائیکل سواری، پولو، موٹروں کی دوڑ، کشتی دوڑ Boat Racing Or Chanoeing، گولف Golf ہینڈ بال Handball اسکیٹنگ Skating برفانی اسکیٹنگ Ice Skating وغیرہ۔

دیگر کھیل جو غیر ممالک میں تو مقبول ہیں مگر ہندوستان میں شاذ و نادر ہی کھیلے جاتے ہیں۔

تیراندازی Archery، بیس بال Base Ball، باؤلنگ Bowling، باب سلیڈنگ Bobsledding، کیاسٹنگ Casting، کراس کنٹری Cross Country، کرلنگ Curing، فینسنگ Fencing، ہارنیس ریسنگ Harness Racing، ہارس شو Horse Show پچنگ Pitshing لیکروز Lacrosee،

لان باؤ لنگ Lawn Bowling، موٹر بوٹنگ Motor Boating، ریا کیٹس Raxquets، روڈ یوز Rodeos، کشتی رانی یا رو انگ Rowing، بندوق نشانہ بازی Shooting، اسکائنگ Skiing، اسکویش ریا کیٹس Squash Racquest، اسکویش ٹینس Squash Tennis، آبی پولو Water Polo، ناؤ کھینی Vachting وغیرہ۔

کسی بھی کھیل کی مقبولیت میں جغرافیائی اور موسمی حالات کا بھی بے حد اثر اور دخل رہتا ہے۔ نامہ نگار کو چاہیے کہ وہ قومی سطح پر منعقد ہونے والے انعامی مقابلوں کے بارے میں صحیح اور کامل معلومات حاصل کرے۔ مثلاً رانجی ٹروفی، کرکٹ کے لیے ہے۔ سنتوش ٹروفی، فٹ بال کے لیے ہے۔ رنگ سوامی کپ، ہاکی کے لیے ہے۔ ہر کھیل کے اہم قواعد وضوابط کی مستند واقفیت حاصل کرنے کے لیے آج کل انگریزی زبان میں متعدد کتابیں مل جاتی ہیں۔ کئی کھیلوں پر انسائیکلو پیڈیا بھی بازار میں آ گئے ہیں۔ ''بکس رُول بک'' Buck's Rulr Book ایک ایسی رہنما کتاب ہے جس مین کئی معیاری کھیلوں کے اہم قوانین وضاحت کے ساتھ درج ہیں۔

آج کل اہم ترین کھیلوں کے مقابلوں کو ٹیلی ویژن پر بیک وقت ''براہ راست'' سیدھا نشر Live Telecast کیا جارہا ہے۔ اس کی وجہ سے لاکھوں افراد فٹ بال یا ہاکی یا کرکٹ مقابلے آسانی سے گھر بیٹھے دیکھ لیتے ہیں۔ ریڈیو کے ذریعہ اہم کھیلوں کے نتائج معلوم ہو جاتے ہیں۔ اس طرح فی زمانہ کھیلوں کی رپورٹ سے

زیادہ کھیلوں کے ماہرانہ تبصرے زیادہ شوق اورتوجہ سے پڑھے جاتے ہیں۔ اکثر و بیشتر کھیل دوپہر یا سہ پہر میں منعقد ہوتے ہیں۔ بعض کھیلوں کے لیے ''کثیر روشنی'' یعنی فلڈ لائٹ Flood Light کا انتظام کر کے رات کے وقت بھی اہم مقابلے منعقد کیے جاتے ہیں۔ اس طرح شام کے اخبارات کے مقابلہ میں صبح کے اخبارات اسپورٹس کی خبروں میں میدان مار لیتے ہیں۔ آزادی کے بعد خصوصاً ہندوستان میں کھیل کودکو بہت اہمیت دی جارہی ہے اورمرکزی حکومت اسپورٹس کی ہمہ جہتی ترقی کے لیے کروڑوں روپے خرچ کررہی ہے۔ ہندوستان کی کئی ریاستوں میں اسپورٹس امور کے لیے علیحدہ وزارتیں قائم ہیں۔قومی اور علاقائی سطح کے کئی ایسے ادارے قائم کیے گئے ہیں جہاں مختلف کھیلوں کی تربیت کا اہتمام ہے۔ دہلی میں منعقدہ ایشیائی کھیلوں کی تاریخی کامیابی کے بعد اور بین الاقوامی سطح پر ہونے والے اولمپک کھیلوں کی بڑھتی ہوئی مقبولیت کے نتیجہ میں کھیل کود سے ہندوستانیوں کی رغبت میں غیر معمولی اضافہ ہوا ہے۔ اسپورٹس کے خصوصی رسالے بھی اچھی تعداد میں فروخت ہورہے ہیں۔ کھیل کود سے متعلق کتابوں کی تعداد اور مقبولیت میں بھی کافی اضافہ ہوا ہے۔ بلاشک وشبہ ہندوستان میں اسپورٹس کا مستقبل روشن ہے۔

اُردو اخبارات انگریزی اور دیگر اہم ہندوستانی زبانوں کے اخبارات کے مقابلہ میں کھیل کود کی خبروں کو بہت کم اہمیت دیتے آئے ہیں۔ضرورت ہے کہ اُردو صحافی اسپورٹس سے غفلت نہ برتیں۔ اُردو اخبارات کھیل کود کی خبروں کوزیادہ سے

زیادہ جگہ دیں اور اُردو زبان میں کھیل کود سے متعلق خبروں کی تحریر میں بہتری لانے کی ہر ممکنہ کوشش کریں۔ اگر صرف اسپورٹس اور تفریح یہ متعلق خصوصی رسائل اور کھیل کود پر کتابیں اُردو زبان میں شائع ہوں تو کوئی وجہ نہیں انہیں کامیابی نہ ملے۔

ایجادات وانکشافات

سائنس دانوں اور صحافیوں میں ایک بات مشترک ہے۔ دونوں حق کی تلاش میں مصروف رہتے ہیں۔ مگر خاص فرق یہ ہے کہ صحافی کے لیے عجلت ضروری ہے اور سائنس دان فرصت سے کام کرتا ہے۔ بہت ممکن ہے کہ کوئی سائنس دان کسی تحقیق میں مگن رہ کر برسوں گزار دے اور پھر بھی کسی نتیجہ پر نہ پہنچ سکے مگر صحافی کو سچ کی دریافت بہت تیزی سے کرنی پڑتی ہے۔ صحافی ہر شعبۂ حیات میں دخل رکھتا ہے جبکہ سائنس داں ایک ہی علم کی کسی مخصوص شاخ کی کسی مخصوص شے کے پیچھے سرگرداں رہتا ہے۔

صحافی کا فرض یہ ہے کہ وہ اپنے قارئین کو نئے خیالات، حالات اور مسائل سے روشناس کرائے۔ وہ کوشش کرتا رہتا ہے کہ سائنس دانوں کی دریافت شدہ نئی نئی باتیں جلد از جلد عوام تک صحیح صورت میں پہنچتی رہیں۔ جہاں عوام کی واقفیت بڑھتی رہتی ہے وہاں عام قبولیت اور تحسین سے محققین کی حوصلہ افزائی بھی ہو جاتی ہے۔

سائنسی تحقیق میں مشغول افراد اپنی ہی دُھن میں رہتے ہیں اور تشہیر سے انہیں شاذونادر ہی دلچسپی ہوتی ہے۔ وہ اخبارات سے نفرت تو نہیں کرتے مگر اپنی جانب

سے تحقیقی نتائج اخبارات کے حوالے کرنے میں عموماً پہل نہیں کرتے۔ یہ نامہ نگاروں کا فرض ہے کہ وہ نامی گرامی سائنس دانوں سے خوشگوار تعلقات قائم کر کے ان سے تفصیلات حاصل کریں اور عوام کو تازہ ترین سائنسی حقائق سے بہرہ ور کریں۔ قارئین بھی سائنسی معاملات کو رغبت سے پڑھتے ہیں۔ سائنسی خبریں بہتر طور پر اخبارات میں شائع کرنے کے لیے نامہ نگار میں تین اہلیتوں کا ہونا لازمی ہے۔

(1) اس میں سائنسی خبروں کی سمجھ بوجھ ہو۔

(2) اس میں سائنسی خبریں پہچان کر تفصیلات حاصل کرنے کی قابلیت ہو۔

(3) وہ وضاحت اور اعتماد کے ساتھ سائنسی خبریں لکھنے میں ماہر ہو۔

سائنس کی اپنی اصطلاحات ہوتی ہیں اور سائنسی علوم میں تیز رفتاری سے ترقی ہوتی رہتی ہے۔ سائنسی علوم کے جدید ترین ادب کا جب تک گہرا مطالعہ نہ ہو کوئی بھی نامہ نگار سائنسی خبریں زیادہ صحت اور سند کے ساتھ نہیں لکھ سکے گا۔ سائنس رپورٹنگ کے لیے نامہ نگار سائنس گریجویٹ ہو تو بہتر ہے۔ علمِ طبعیات اور علمِ حیاتیات سے شغف رکھنے والا بیشتر سائنسی معلومات کو بہتر طریقہ سے سمجھ سکے گا۔ صحافی کو یہ بات ذہن نشین کر لینا ضروری ہے کہ وہ صحافی ہی رہے گا اور سائنس داں نہیں بن جائے گا۔ لہٰذا اس کی ذمہ داری جدید ترین سائنسی معلومات کے حصول اور تحریر تک محدود رہے۔ اور یہ بہت ضروری ہے کہ وہ جو بھی لکھے سائنس دانوں کی سائنسی اور تکنیکی زبان میں نہ ہو بلکہ عام زبان میں ہو تاکہ عام قارئین تحریر کو سہولت

کے ساتھ پڑھ سکیں اور معلومات میں اضافہ کرسکیں۔ سائنسی مضامین پر مشتمل بے شمار رسائل کا مطالعہ بھی نامہ نگار کے لیے مفید ثابت ہوگا۔ عام افراد کے لیے سائنسی معلومات کی فراہمی کے علم کو آج کل ''مقبول سائنس'' یا ''پاپولر سائنس'' Popular Science کا نام دیا گیا ہے۔ روزنامہ اخبارات میں سائنسی خبروں اور مضامین کی مقبولیت میں 1945ء کے بعد کافی اضافہ ہوا ہے۔ حیرت کا مقام ہے کہ انیسویں صدی میں ہونے والے کئی انکشافات اور ایجادات کی ہمعصر اخبارات میں خاطر خواہ پذیرائی نہیں ہوئی۔ ساموئیل ایف بی مورس نے ٹیلی گراف ایجاد کیا تھا تو اخبارات نے بہت کم توجہ دی تھی۔

عصری دنیا میں سائنس کی بڑی اہمیت ہے۔ سائنس سے عوامی دلچسپی بڑھانے میں اخبارات ایک بہتر اور مؤثر رول ادا کرسکتے ہیں۔ ادویہ کے بارے میں اولین واقفیت اخبارات کے وسیلے سے دی جاسکتی ہے۔ عوام کے رویے بھی سائنس کے تعلق سے بدلتے جارہے ہیں۔ کچھ انکشافات سے عوامی جستجو بڑھتی ہے اور کچھ ایجادات سے عوام کے دل و دماغ میں خوف و ہراس کے احساسات جاگتے ہیں۔ بیسویں صدی سے پہلے سائنس دانوں کو عموماً شک وشبہ کی نظر سے دیکھا جاتا تھا۔ اب حالات میں تغیر آچکا ہے۔ لوگ سائنس کی برکتوں کے قائل ہو چکے ہیں۔ اب سائنس دانوں پر قہقہے نہیں لگتے، اُن کے بیانات کی ہجو نہیں کی جاتی، اب سائنس دانوں کو ستایا نہیں جاتا۔ وہ زمانہ ختم ہوا جب ہر نئی ایجاد کا مذاق اڑایا جاتا تھا، انکشافات پر طعنے کسے جاتے تھے، سائنسدانوں پر مقدمے بھی چلے تھے اور سزائیں

بھی سنائی گئی تھیں۔ صنعتی انقلاب کی زبردست تبدیلیوں کے بعد بھی سائنس داں معتوب رہا کیونکہ مذہبی پیشواؤں نے یہ بات پھیلا دی تھی کہ سائنس داں مذہب کو بدنام کرکے اسے صفحۂ ہستی سے مٹا کر رکھ دیں گے۔ اس وہم وگمان کی وجہ سے دنیا کو کئی نقصانات ہوئے۔ اب سائنس مشکوک نہیں رہی اور لوگ ہر سائنسی جدت کی ہمت افزائی کرتے ہیں۔ سائنس دانوں کی قدر ہوتی ہے اور ہر نئی دریافت اور ایجاد کی فیض رسانی پر یقین واعتماد عام ہوگیا ہے۔ چاند پر انسان کے قدم پڑنے کے بعد اور خلائی سفروں کی حقیقت جان کر دنیا بھر کے عوام سائنس کے قائل ہو چکے ہیں۔ اب ہر فرد سائنس اور تکنالوجی کی خدمات کا معترف ہے اور جدید آلات سے مستفیض ہونا چاہتا ہے۔ دنیا کے ہر پانچ میں سے چار افراد کا یہ یقین ہے کہ آج کی دنیا میں جو ترقی ہوئی ہے، جو سہولتیں فراہم ہیں اور زندگی کے تقریباً ہر شعبہ میں جو حیرت انگیز تغیرات رونما ہو ہے ہیں وہ سب سائنس کی بدولت ہیں۔ کئی بڑی بیماریوں کا قلع قمع ہوا ہے۔ جدید مشینوں کے ذریعہ انسانی زندگی میں وقت اور محنت کی کافی بچت ہو رہی ہے۔ معیارِ زندگی میں بلندی آئی ہے۔ اگر نیوکلیائی ہتھیارات سے ہونے والے بُرے اثرات کا خوف دل سے نکل جائے تو تقریباً ہر شخص سائنس کا ثنا خواں اور احسان مند بنا رہے گا۔ ہر کوئی مانتا ہے کہ دیگر انسانوں کے مقابلے میں سائنس دان زیادہ محنتی، دُور اندیش اور انسانیت کے ہمدرد وخیر خواہ ہیں۔ ہمعصر دنیا کے ہر شخص کے لیے یہ جاننا ضروری ہوگیا ہے کہ سائنس داں کیا کر رہے ہیں اور بازار میں کون سی نئی ایجادات برائے صارفین آئی ہوئی ہیں۔

سائنس کی خبروں کا انتخاب کرتے وقت دو اہم سوالات کو ذہن میں رکھا جائے۔

(1) کیا اس خبر سے یہ بات واضح ہوتی ہے کہ سائنسی تحقیق سے انسانی کمزوریوں کو ختم کرنے کی کوشش کی جارہی ہے یا انسانی حدود میں وسعت ممکن ہے؟

(2) کیا اس خبر یا مضمون میں ایسا مواد ہے جسے پڑھ کر عام قاری کی سائنسی معلومات میں اضافہ ہوسکتا ہے؟

نامہ نگاروں کو سائنسی خبریں جمع کرنے کی غرض سے حکومت کی طرف سے چلائی جانے والی سائنسی لیباریٹریوں اور صنعتی کارخانوں کے علاوہ ایسے اداروں سے بھی مسلسل روابط رکھنے پڑتے ہیں جہاں سائنسی علوم کی تعلیم وتربیت کے علاوہ عملی تحقیق کا اہتمام ہے۔ کئی ایسے پرائیویٹ ادارے بھی ہوتے ہیں جہاں سائنسی تحقیقات کی سہولت رہتی ہے۔ حکومت کے شعبۂ صحتِ عامہ سے بھی سائنسی خبریں مل جاتی ہیں۔ میونسپلٹی یا میونسپل کارپوریشن کے خصوصی ڈاکٹروں سے بھی نئی معلومات حاصل ہوسکتی ہیں۔ بڑے شہروں میں میڈیکل اور ڈینٹل انجمنیں ہوتی ہیں۔ مثلاً انڈین میڈیکل ایسوسی ایشن اور اس کی شاخیں، کیمسٹ کونسل آف انڈیا وغیرہ۔ ایسی پیشہ وارانہ انجمنوں کے عہدہ داروں سے نامہ نگار کو تازہ ترین اطلاعات آسانی سے مل جاتی ہیں۔ جو سائنس داں انفرادی طور پر تحقیقی سرگرمیوں میں مصروف ہیں وہ بھی تازہ ترین اشارات فراہم کرنے سے پس وپیش نہیں کرتے۔

سائنس داں سے معلومات کرتے وقت نامہ نگار یہ احتیاط برتے کہ اس سے

ملاقات کرنے سے پہلے متعلقہ موضوع پر کچھ نہ کچھ معلومات حاصل کر لے اور دوران گفتگو سائنس داں ہی کو زیادہ باتیں کہنے کا موقعہ دے اور اپنی معلومات کے ذریعہ سائنس داں پر رعب جمانے کی ہرگز کوشش نہ کرے۔ زیادہ سے زیادہ سوالات پوچھے جائیں مگر یہ لحاظ ضروری ہے کہ تمام سوالات موضوع سے متعلق ہوں۔ اشاعت سے پہلے اگر تحریری رپورٹ ایک نظر متعلقہ سائنس داں کو دکھا لی جائے تو بہتر ہے۔

ایسا کرنے سے معمولی سے غلطی کا بھی احتمال نہ رہے گا۔ سائنس داں ایسی رپورٹوں پر نظر ثانی کرنے سے انکار نہیں کرے گا اور اس طرح متن کی صحت بھی ہو جائے گی۔ آج کل سائنس کی معلومات کی اشاعت کا میدان اتنا وسیع ہو گیا ہے کہ اسے ''سائنسی صحافت'' Science Journalism کا خصوصی نام دیا گیا ہے اور اس کے باضابطہ کورس نامی گرامی یونیورسٹیوں میں پڑھائے جا رہے ہیں۔ ترقی یافتہ ممالک کے بڑے اخبارات میں سائنس ایڈیٹر Science Editor کے نام سے علیحدہ مُدیر صرف سائنسی خبروں، تبصروں، مضامین اور فیچر کی ترتیب کے فرائض انجام دیتا ہے۔ سائنس کی خبروں کی وجہ سے عام قارئین بھی کچھ سائنسی اصطلاحات بڑی آسانی سے سمجھنے لگے ہیں مثلاً:

الیکٹرانک Electronic، ریزش Effusion، جوہری Atomic، کششِ مرکز Gravity، پگھلانا Fuse، مائع Fruid، تناسخ Metempsychosis، معتدل Isothermal، علم زلزلہ Sesimology، راکٹ Rocket، برق یا بجلی

Electricity،نشر Broadcast، راست Direct، لاؤڈ اسپیکر Loudspeaker،حیاتین Protein،جراحت Surgery۔

ماہر سائنس دانوں نے اعتراف کیا ہے کہ کسی بھی سائنسی خبر یا سائنسی مضمون کو ڈرامائی انداز میں اخبارات میں پیش کرنے سے اس کی معلوماتی اہمیت میں کوئی خاص فرق نہیں پڑتا۔بیشتر اخبارات میں نہ صرف سائنسی خبریں شائع ہوتی ہیں بلکہ سائنسی فیچر،تبصرے،تنقیدیں،پیش گوئیاں اور اداریے تک ممتاز جگہ پا رہے ہیں۔ ریڈار، کمپیوٹر، مصنوعی سیاروں، Satellites، خلائی سفر Space Travel، راکٹ Rocket، روبو Robot ،علم نفسیات Psychology، جوہری توانائی Atomic Energy جیسے عنوانات پر شائع ہونے والی خبریں اور معلومات عورتیں،مرد، بچے،بوڑھے اور تعلیم یافتہ لوگ سب کے سب یکساں رغبت سے پڑھتے ہیں۔

علمی ،ادبی اور ثقافتی سرگرمیاں

ہر بڑے شہر میں ایسی علمی انجمنیں اور ثقافتی ادارے ہوتے ہیں جہاں دانشوروں کے اجتماع ہوتے رہتے ہیں۔خوش ذوق اصحاب کی ایسی محفلوں کی روئداد لکھنا بھی ایک باذوق ذمہ داری ہے۔اکثر ثقافتی اداروں کی جانب سے وقتاً فوقتاً نمائشیں منعقد ہوتی رہتی ہیں ۔جہاں روغنی تصاویر،مصوری کے نمونوں، کارٹونوں،فوٹوگرافی کے شاہکاروں،سنگتراشی کے سہ پاروں، معماری کے خاکوں، کتابوں، رسالوں کے

ذخیروں کے ذریعہ شائقین کی تفریح طبع کا سامان فراہم ہوتا ہے۔موسیقی کی محفلیں بھی آراستہ ہوتی ہیں اور رقص کے پروگرام بھی ترتیب دیے جاتے ہیں۔ایسی سماجی تقاریب کی رپورٹنگ کے لیے نامہ نگار کا کافی مہذب اور متمدن ہونا ضروری ہے۔با سلیقہ، باذوق اور علم و ادب، تہذیب و ثقافت اور سماجی خوشگوار ماحول سے گہری دلچسپی رکھنے والا فرد اس میدان میں زیادہ کامیاب رہ سکتا ہے کیونکہ ایسی سرگرمیوں میں اُس کا سابقہ معاشرہ کی شائستہ، شگفتہ اور اعلیٰ ہستیوں سے پڑتا ہے۔ادبی انجمنوں میں بحث مباحثے منعقد ہوتے ہیں۔ بیت بازی یا عام خطابت کے دوستانہ مقابلے ہوتے ہیں۔مشاعرے (کوی سمیلن، کوی دربار، کوی گھوشٹی) کا اہتمام ہوتا ہے۔ متعدد علمی اور ادبی مسائل پر تبادلہ خیال ہوتا ہے۔سیمینار میں تحقیقی مقالات پڑھے جاتے ہیں۔روغنی تصاویر (پینٹنگ) یا فوٹوگرافی کے شاہکار یا سنگتراشی کے مجسموں پر تبصرے ہوتے ہیں۔آج کل ہر بڑے شہر میں ''فلم سوسائٹی'' Film Society کی تحریک کی مقبولیت بڑھتی جا رہی ہے۔فلم سوسائٹیوں میں سنجیدہ ملکی اور غیر ملکی فلموں کی نمائش ہوتی ہے۔جنہیں عرف عام میں ''آرٹ فلم'' یا ''نئی لہر'' New Wave فلم یا سنجیدہ سینما Seriouscinema کہا جاتا ہے۔ عام روش سے ہٹی ہوئی ایسی نادر یا مقبول فلموں کی نمائش کے بعد اراکین سوسائٹی فلم کے محاسن یا معائب پر اپنے خیالات کا اظہار کرتے ہیں۔ایسی مخصوص کوششوں کو ''فلم اپری سے شن'' Film Appreciation کہا جاتا ہے۔نامہ نگار ایسی محفلوں میں شرکت کر کے مختلف اصحاب کے خیالات پر مبنی فلمی تبصرے لکھ سکتا ہے۔ریڈیو اور ٹیلی ویژن

پروگراموں پر نکتہ چینی کرنے یا اچھے پروگراموں کی تحسین اور ذرائع سے پیش ہونے والے پروگرام میں عمدگی لانے کے لیے صلاح و مشورے پیش کرنے والے ادارے جا بجا قائم ہو گئے ہیں۔ کئی اداروں میں مذہبی مسائل پر خیالات کے اظہار کا رواج ہے۔ دیگر مما لک کی جانب سے باہمی ثقافتی تعاون کی غرض سے بڑے شہروں میں کئی کامیاب اور مقبول ادارے قائم ہیں مثلاً میکس میولر بھون Mas Mueller Bhavan (جرمنی)، الائنس فرانسائز Alliance Francaise (فرانس)، برٹش کونسل British Council (برطانیہ، یو ایس انٹرنیشنل کمیونی کیشن ایجنسی U.S International Communication Abency (امریکہ) وغیرہ۔ ایسے بین الاقوامی دوستانہ اداروں کی جانب سے متعدد ادبی، علمی اور ثقافتی بزم آرائیاں ہوتی رہتی ہیں۔ تقریباً ہر اہم زبان کی ایک ساہتیہ اکاڈمی قائم ہے۔ ہندوستان کی ہر اہم ریاست میں اُردو اکاڈمی کے ذریعہ کئی ادبی پروگرام منعقد ہوتے ہیں۔ ساہتیہ اکاڈمی، للت کلا اکاڈمی، سنگیت نرتیہ اکاڈمی جیسے سرکاری اداروں کے زیر اہتمام مسلسل پروگرام منعقد ہوتے رہتے ہیں۔ آل انڈیا ریڈیو اور دور درشن کی جانب سے موسیقی اور رقص کے پروگرام منتخب سامعین اور ناظرین کے لیے منعقد ہوتے ہیں۔ حکومت ہند کی فیلڈ پبلسٹی ڈائرکٹوریٹ کی جانبس سے ہر بڑے شہر میں ڈرامے اور دیگر تفریحی پروگراموں کا اہتمام ہوتا ہے۔ انڈین کونسل فار کلچرل ریلیشنز Indian Council Curtural Relations کی جانب سے غیر مما لک سے آئے ہوئے ثقافتی وفود کے تفریحی پروگرام وقتاً فوقتاً بڑے

شہروں میں پیش کیے جاتے ہیں۔نامہ نگار ایسے تعلیمی اور تفریحی موقعوں پر موجود رہ کر دلچسپ رپورٹیں تیار کر سکتا ہے۔

علمی، ادبی اور ثقافتی سرگرمیوں رپورٹر صرف نامہ نگار ہی نہیں ہوتا بلکہ وہ ایک ذمہ دار مبصر بھی ہوتا ہے۔اسے کسی بھی جلسہ یا محفل یا بزم یا سیمینار کی کارروائیوں پر اعتراض کرنے کا حق ہے۔وہ چاہے تو معقول الفاظ میں کسی رُخ یا انتظام یا احتیاط کی تعریف بھی کر سکتا ہے۔ایک شرط پر زور دیا جاتا ہے کہ وہ کسی بھی ایسی رپورٹ میں مبالغہ سے کام نہ لے۔

تبصرہ نگار صرف اتنا لکھ کر خاموش نہیں رہ سکتا کہ فلاں اداکار کی اداکاری اچھی نہیں تھی بلکہ اسے یہ بتانا ہوتا ہے کہ کس منظر میں کس وقت اداکار نے اپنی نا اہلی کا ثبوت دیا اور کس صورت میں وہ اداکاری زیادہ بہتر ہو سکتی تھی۔موسیقی کے پروگرام پر تبصرہ کرتے وقت صرف اتنا لکھ دینا کافی نہیں کہ فنکار نے مایوس کر دیا۔دلائل کے ساتھ بتانا پڑتا ہے کہ موسیقار نے کہاں لغزش کی۔کس موقعہ پر وہ معیار سے ہٹ گیا۔ساتھ دینے والے موسیقاروں میں کس سازندے نے غفلت یا ناتجربہ کاری یا نا اہلی کا ثبوت دیا۔

اُردو اخبارات میں اہم مشاعروں کا آنکھوں دیکھا حال شائع کیا جائے۔ مشاعرہ میں جن شعراء کا کلام سامعین سے زیادہ داد حاصل کرتا رہا وہ لفظ بہ لفظ شائع کیا جائے۔ٹیپ ریکارڈر پر مشاعرہ کی ساری کارروائی صدا بند ہو اور نامہ نگار بزم مشاعرہ میں سامعین کے درعمل پر گہری نگاہ رکھے تو بڑی خوبصورتی سے مشاعرہ کی

ایسی اچھی رپورٹ قلمبند ہوسکتی ہے جسے اُردو اخبارات کے قارئین ذوق وشوق سے پڑھیں گے۔ اردو اخبارات میں عموماً یہی ہوتا ہے کہ رپورٹ میں صرف شعراء کے ناموں کی فہرست ہوتی ہے۔ صدرِ مشاعرہ کا نام ہوتا ہے اور خاتمہ پر یہی الفاظ نظر آتے ہیں کہ ''مشاعرہ بخیر وخوبی رات ڈھائی بجے ختم ہوا۔'' ایسی پٹی پٹائی رپورٹوں سے اردو صحافت کے معیار میں کبھی نکھار پیدا نہ ہوگا۔ ضرورت ہے کہ اردو اخبارات کے مدیر اور ناشرین ایسی سطحی رپورٹوں کی اشاعت ترک کردیں۔

لابی، خصوصی اور غیر ملکی نامہ نگاری

پارلیمنٹ میں ممبران کے لیے ایک ہال مخصوص ہوتا ہے جہاں انہیں بیٹھنے، باتیں کرنے یا چائے پینے کی سہولت ہوتی ہے۔ اجلاس میں جانے سے پہلے یا اجلاس ختم ہونے کے بعد یا دورانِ اجلاس ستانے کے لیے وزراء اور اراکین اسی آرام گاہ میں کچھ نہ کچھ وقت گزارتے ہیں۔ اکثر وبیشتر وزراء اور دیگر اراکین میں غیر رسمی گفتگو نہیں ہوتی ہے جہاں کا ماحول یکسر دوستانہ ہوتا ہے۔ عموماً اسی ہال میں سرکاری تغیرات یا متوقع تقررات اور اہم آئینی معاملات وغیرہ فراخ دلانہ گفت و شنید ہوتی رہتی ہے۔ یہاں صرف پارلیمنٹ کے ممبروں اور وزراء کو نشست کی اجازت رہتی ہے مگر کچھ تجربہ کار اور کافی مشہور صحافیوں کو یہاں آنے جانے، بیٹھنے اور محو گفتگو ہونے کی خصوصی رعایت دی جاتی ہے اور انہیں ''لابی'' رپورٹر یا ''لابی نامہ نگاروں'' کو ''سیاسی نامہ نگار'' یعنی پولیٹکل کرسپانڈنٹ Plitical

Correspondent کا عہدہ دیا جاتا ہے۔

لابی نامہ نگار، سیاسی نامہ نگاروں میں امتیاز حیثیت مالک سمجھے جاتے ہیں، گویا وہ نامہ نگاروں کے سردار ہیں۔ انہیں وزراء اور اراکین پارلیمنٹ کا ''مصاحب'' بھی کہا جاتا ہے کیونکہ وہ ایسے مقتدر اصحاب کے کافی قریب رہتے ہیں اور کسی بھی خبر کی براہ راست تصدیق کر لینا ان کے لیے بڑی آسان بات ہوتی ہے۔ لابی نامہ نگاروں کو خصوصی پاس جاری کیے جاتے ہیں اور وہ اس شناختی اجازت نامے کے بغیر مذکورہ ہال میں داخل نہیں ہو سکتے۔ کسی بھی نامہ نگار کے لیے ''لابی'' پاس کے لیے منتخب کیا جانا باعثِ صد افتخار بات ہے۔ لابی نگاروں کو وزارتِ پارلیمانی امور سے کئی مراعات حاصل رہتی ہیں۔ جن کا جائز استعمال کر کے وہ کسی بھی اہم سیاسی مسئلہ پر معلوماتی مسئلہ پر معلوماتی تبصرے پیش کر سکتے ہیں۔ پارلیمانی امور کو سادہ الفاظ میں قارئین کے لیے تحریر کرنا لابی نامہ نگار کے لیے بہت سہل ہوتا ہے۔ برسرِ اقتدار سیاسی جماعت اور حزبِ مخالف دونوں کے اراکین سے خوشگوار تعلقات قائم رکھتا ہے۔ حکومت کے علاوہ حزبِ مخالف کے نظریات کی بھی وہ بخوبی ترجمانی کر سکتا ہے۔ مقتدر افراد سے قربت کی وجہ سے وہ آئندہ وقوع پذیر ہونے والے واقعات کی پیش گوئی بھی کر سکتا ہے۔ عام نامہ نگاروں کی بہ نسبت ''لابی'' نامہ نگار سیاسی معاملات کی زیادہ عمیق، زیادہ مستند اور قابلِ مطالعہ تنقید کر سکتا ہے یا ترجمانی کر سکتا ہے۔ لابی نامہ نگار کی رپورٹ کے لیے معیاد کی کوئی قید نہیں ہوتی۔ پارلیمانی اجلاس کے دوران وہ چاہے تو دن میں ایک بار رپورٹ دے سکتا ہے یا ہفتہ میں ایک بار۔

ممکن ہے وہ ہفتوں بلکہ مہینوں تک کوئی تحریر اپنے اخبار کو نہ دے، کیونکہ ''لابی'' نامہ نگار اسی وقت کی کوئی نامہ اپنے اخبار کے لیے تیار کرتا ہے جبکہ اُسے یہ یقین ہوتا ہے کہ اس کی تحریر سے کسی اہم معاملہ یا مسئلہ پر ایسی روشنی پڑے گی جو دیگر نامہ نگاروں یا اخبارات کی رپورٹوں سے بالکل امتیازی ہوگی۔

وزراء اور اراکین پارلیمان بھی تحریر کار لابی نامہ نگاروں سے رفاقت اور تعاون کے خواہاں رہتے ہیں۔ مصروف اراکین کو رائے عامہ کے رویوں سے روشناس کرانے میں لابی نامہ نگاروں کا رول بہت اہم ہوا کرتا ہے۔ لابی ایک ایسی جگہ ہے جسے ایک کسوٹی بھی کہا جا سکتا ہے۔ یہاں ہونے والی بات چیت اہم اور معنی خیز ہوتی ہے۔

کسی بھی پارلیمانی ماحول میں نامہ نگاروں کا اثر کافی گہرا رہتا ہے۔ وہ اپنے رسوخ سے وزراء اور پارلیمانی اراکین کے خیالات اور نظریات میں بھی تبدیلی لانے کی قوت رکھتے ہیں۔ حکومت کی طرف سے اہم ترین اعلانات کے لیے لابی نامہ نگاروں کے وسیلوں کا استعمال بہتر اور محفوظ سمجھا جاتا ہے۔ لابی نامہ نگار اپنے فرائض اور سرگرمیوں کے توسط سے حکومت کے اتنے قریب ہو جاتے ہیں کہ کئی سرکاری راز وہ جان لیتے ہیں مگر اُن سربستہ رازوں کو فاش نہیں کرتے تاکہ مقتدر احباب کا اعتماد کھونے نہ پائے۔

لابی نامہ نگار کو اپنی عظمت کا احساس تو ضرور ہوتا ہے مگر لازمی ہے کہ وہ اپنے امتیازی مقام کا ناجائز استعمال نہ کرے۔ لابی نامہ نگار کے فیصلوں کا معیار بہت بلند

ہونا چاہیے۔وہ شائستہ اور ہمیشہ صاف ذہن ہو۔انفرادی طور پر وہ ایک نہایت امین و صادق صحافی ہو۔لابی نامہ نگار کے لیے تحریری ضابطوں کی کوئی فہرست نہیں ہے مگر عام برتاؤ کے لیے چند قدیم اور عظیم روایات ہیں جن کا احترام کرنا فرض ہے۔مثلاً ایک وزیر کسی دوسرے وزیر سے محوِ گفتگو ہے تو لابی نامہ نگار مداخلت سے باز رہے۔

سمجھ، تمیز، شعور، خبرداری اور احتیاط سے لابی نامہ نگار بہتر طور پر اپنی خدمات انجام دے سکتا ہے۔وہ خوش لباس ہو اور اپنی ممتاز حیثیت کے باوجود غرور و تکبر سے دور رہے۔اس کی کوئی حرکت ناپسندیدہ نہ ہو۔اپنی خوش گفتاری، خوش خلقی اور ملائمیت سے وہ مقتدر اصحاب میں مقبولیت حاصل کرے۔

خصوصی نامہ نگار کسی بھی اخبار کی جانب سے اس وقت متعین ہوتے ہیں جب یہ احساس ہو کہ کسی اہم ترین واقعہ کی جملہ تفصیلات حاصل کرنا اور اطمینان بخش رپورٹیں بھیجنا عمومی نامہ نگار کے بس کا روگ نہیں۔جہاں کہیں اہم اجلاس ہوتا ہے وہاں مقامی نمائندہ پر انحصار کرنے کے بجائے خصوصی نامہ نگار بھیج دیے جاتے ہیں مثلاً کسی اضلاعی صدر مقام پر ایک بہت بڑی کانفرنس منعقد ہوتی ہے جس میں کئی قومی اور بین الاقوامی مندوبین کی شرکت متوقع رہتی ہے۔ایسے بڑے اجلاس کی نامہ نگاری کے لیے خصوصی مہارت کی ضرورت ہوتی ہے۔عام نامہ نگار خود بھی چاہے گا کہ ایسی بڑی ذمہ داری اُسے سونپی نہ جائے۔کئی بین الاقوامی کھیل ہوتے ہیں جیسے ایشیائی کھیل، اولمپک کھیل وغیرہ۔ایسے بڑے موقعوں کے لیے ماہر، تجربہ کار اور خصوصی اہلیت رکھنے والے نامہ نگاروں کو ذمہ داری دینا افضل سمجھا جاتا ہے۔

کچھ نامہ نگار سیمیناروں، کانفرنسوں، کل ہند اجتماعات جیسے عظیم اجلاسوں کی رپورٹیں لکھنے میں زیادہ مشاق ہوتے ہیں۔ غیر ممالک میں رونما ہونے والے غیر متوقع واقعات کی تفصیلات حاصل کرنے کے لیے جہاں دیدہ نامہ نگار ہی بھیجے جاتے ہیں۔

فرقہ وارانہ فسادات، عظیم حادثات، عالمی سطح کے واقعات وغیرہ کے لیے آزمودہ کار صحافی مقرر کیے جاتے ہیں۔ جہاں نئے یا کم تجربہ کار یا جز وقتی نامہ نگاروں سے حسب ضرورت رپورٹوں کا حصول ناممکن نظر آتا ہے وہاں خصوصی ذمہ داری ''خصوصی نامہ نگاروں'' کو تفویض ہوتی ہے جنہیں ''اسپشل کرسپانڈنٹ'' Special Correpondent کہتے ہیں۔ ایسے خصوصی نامہ نگار آزادانہ طور پر اپنی ذمہ داری نبھاتے ہیں۔ حسب ضرورت یہ متعلقہ اخبار کے مقامی نامہ نگار کا تعاون حاصل کر لیتے ہیں۔ کسی بھی نوعیت کے متوقع یا غیر متوقع واقعہ کی گہری، مقصدی یا تحقیقاتی رپورٹوں کی خاطر خصوصی نامہ نگاروں کا تقرر ایک عام اور قدیم اخباری روایت ہے۔

ہر بڑا اخبار ہر اہم بین الاقوامی مرکز میں اپنا ایک خصوصی نمائندہ رکھنا چاہتا ہے جسے غیر ملکی نامہ نگار یا ''فارن کرسپانڈنٹ'' Foreign Correspondent کہتے ہیں۔ ہندوستان کے اہم روزناموں کے لیے ایسے نامہ نگار لندن، واشنگٹن ٹوکیو، اسلام آباد، ڈھاکہ، قاہرہ، کولمبو جیسے اہم بین الاقوامی خبری مراکز میں برسرکار ہیں۔ بالکل اسی طرح امریکہ، انگلستان اور دیگر بڑے ممالک کے بڑے روزناموں

کے غیر ملکی نامہ نگار نئی دہلی اور بمبئی میں متعین ہیں۔ خبر رساں ایجنسیاں بیسیوں مقامات پر غیر ملکی نامہ نگار مقرر کرتی ہیں۔

ظاہر ہے کہ غیر ملکی نامہ نگار کا فرض اپنے اخبار کو ایسی اہم خبریں بہم کرنا ہے جو متعلقہ **ملک** کے متعلقہ اخبار کے قارئین کے لیے ضروری اور دلچسپ ثابت ہو سکتی ہیں۔ عموماً معمر، تجربہ کار، کافی تعلیم یافتہ، مہذب اور نامی گرامی صحافیوں کو غیر ممالک میں بھیجا جاتا ہے۔ آج کل بین الاقوامی خبروں کی اہمیت اور مقبولیت میں روز افزوں اضافہ ہو رہا ہے، لہذا ہر بڑا اخبار اہم غیر **ملک** سے خصوصی نامہ جات حاصل کرنے کے لیے اپنے خصوصی غیر ملکی نامہ نگار رکھنا ضروری سمجھتا ہے۔ ہندوستان کے کئی اہم اخبارات کے دفاتر مغربی، مشرقِ وسطیٰ اور مشرقِ بعید کے بعض مشہور ممالک کے صدر مقامات میں موجود ہیں جہاں سے وہ اہم ترین خبریں فراہم کرتے ہیں۔

غیر ملکی نامہ نگار کی ذمہ داری عام نامہ نگاروں کی طرح نہیں ہوتی۔ اسے اپنی رپورٹوں میں اطمینان بخش منظر دینا ہوتا ہے۔ غیر ملکی خبروں کی صحیح ترجمانی آسان الفاظ میں کرنی ہوتی ہے۔ چونکہ ہر **ملک** کے تہذیب و تمدن، معیارِ زندگی، عام اقدار، رویوں اور رجحانات میں کافی فرق ہوتا ہے لہذا غیر ملکی نامہ نگار کی یہ زائد ذمہ داری ہوتی ہے کہ وہ اپنے نجی **ملک** کی عام معلومات کی سطح کے پیشِ نظر اپنی خصوصی رپورٹیں تیار کرے۔

جس **ملک** میں غیر ملکی نامہ نگار کو بھیجا جاتا ہے وہ اُس **ملک** کی تاریخ اور اس کے

جغرافیہ سے گہری واقفیت حاصل کرے، وہاں کی روایات اور ثقافتی خصوصیات کا مشاہدہ کرے۔ غیر ملکی نامہ نگار ایک ''سفیر'' کی حیثیت رکھتا ہے۔ وہ اپنے **ملک** کا ''نمائندہ'' ہوتا ہے اور اس سے کوئی ایسی حرکت سرزد نہ ہو جس سے اس کا **ملک** بدنام ہو۔ وہ کسی بھی طرح کی عصبیت سے پاک ہو۔ اس کی رپورٹوں میں پروپگنڈہ کا عنصر ہرگز نہ ہو۔ اپنی پیشہ وارانہ سرگرمی میں وہ اپنے **ملک** کے مفاد کو ترجیح دے۔ وہ جس **ملک** میں متعین ہے وہاں کی زبان پر قادر ہو۔ وہاں کے اخبارات کا گہرا مطالعہ کرے، وہاں کی ریڈیو اور ٹیلی ویژن خبروں پر خاص نظر رکھے۔ عموماً ایسے نامہ نگاروں کو جو تنخواہیں دی جاتی ہیں وہ نامہ نگاروں سے کئی گنا زیادہ ہوتی ہیں۔ آمدو رفت کے اخراجات بھی بہت ہوتے ہیں۔ لابی نامہ نگاروں کی طرح غیر ملکی نامہ نگار بھی کبھی کبھار ہی خبریں بھیجتا ہے یا معیاری ''مکتوب'' یا ''خبر نامہ'' بھیج کر اہم خبروں کے جائزے فراہم کرتا ہے۔

نامہ نگاری کے دیگر اقسام

بڑے اخبارات مندرجہ ذیل شعبہ ہائے حیات کے لیے علیحدہ یا خصوصی نامہ نگار مقرر کرتے ہیں:۔

Industrial	Correspondent	صنعتی نامہ نگار
Business	Correspondent	تجارتی نامہ نگار
Labor	Correspondent	لیبر نامہ نگار
Educational	Correspondent	تعلیم نامہ نگار
Religious	Correspondent	دینی نامہ نگار
Agricultural	Correspondent	زرعی نامہ نگار
Legal	Correspondent	قانونی نامہ نگار
Financial	Correspondent	مالیاتی نامہ نگار
Technical	Correspondent	تکنیکی نامہ نگار
Economic	Correspondent	اقتصادی نامہ نگار

مغربی ممالک کے اخباروں میں فیشن نامہ نگار Fashion Rdporter، پکوان نامہ نگار Cooking Rdporter، آٹوموبائل نامہ نگار Automobil Correspondent، فضائیہ نامہ نگار Aviation Correspondent، ماحولیاتی نامہ نگار Environment Reporter، طرزِ زندگی نامہ نگار Life Style Reporter، تھیٹر نامہ نگار Rheatre Reporter، موسیقی نامہ نگار

Music Correspondent وغیرہ بھی رکھے جاتے ہیں۔ ایسے مخصوص نامہ نگاروں کی مکمل فہرست کافی طویل ہوسکتی ہے۔۔۔۔۔۔۔جس علاقہ میں کانیں زیادہ ہوتی ہیں وہاں کان کنی نامہ نگار Mining Reporter مقرر ہوتے ہیں۔ جس شہر میں بندگاہ ہو اور سمندری جہازوں سے مال کی آمد و رفت زیادہ ہو وہاں ''شپنگ نامہ نگار'' Shipping Correspondent ضرور ہوتے ہیں۔ جس ریاست یا شہر میں کالجوں اور یونیورسٹیوں کی بہتات ہوتی ہے وہاں درس گاہوں کی تعلیمی مصروفیات وغیرہ کی خبروں کی خاطر ''کیمپس رپورٹر'' Champus Reporter متعین رہتے ہیں۔ بعض بڑے اخبارات میں نفسیاتی معاملات کے مخصوص نامہ نگار پائے جاتے ہیں۔ آج کی دنیا میں ہر تجارت، صنعت و حرفت، تعلیم و تربیت اور عملی شعبوں میں خصوصی علم و مہارت کا زور بڑھ گیا ہے اسی وجہ سے ہر اہم عملی میدان کی خصوصی خبروں اور ماہرانہ معلومات کے لیے مخصوص نامہ نگاروں کی ضرورت محسوس کی جاتی ہے۔ کہیں صرف عدالتی خبریں لانے کے لیے نامہ نگار ہوتے ہیں تو کہیں ہر علیحدہ کھیل کے لیے علیحدہ نامہ نگار جیسے کرکٹ نامہ نگار، ہاکی نامہ نگار، گولف نامہ نگار وغیرہ ہوتے ہیں۔

ملک وعلاقہ کی مناسبت سے بھی نامہ نگاروں کے اقسام میں تبدیلیاں ہوتی رہتی ہیں مثلاً جاپان میں ہر صنعت کے لیے علیحدہ نامہ نگار ہوتا ہے۔ عرب اخبارات میں پیٹرولیم امور کے لیے علیحدہ نامہ نگار ہوتے ہیں۔ جرمنی کے اخبارات میں فوٹوگرافی معاملات کے علیحدہ نامہ نگار برسر عمل رہتے ہیں۔ غرض ان اقسام کی فہرست میں ہمیشہ توسیع ہوتی رہتی ہے۔

باب 8

جدید نامہ نگاری

جب 1914ء میں پہلی عالمی جنگ شروع ہوئی تو اکثر لوگ بوکھلا گئے تھے۔ یورپی ممالک میں بھی لوگوں کو صحیح طور پر معلوم نہ تھا کہ جنگ کیسے شروع ہوئی؟ کب شروع ہوئی؟ اور اس کے اثرات کیا ہو سکتے ہیں؟ امریکہ میں تحقیق کے بعد اندازہ لگا کہ امریکی باشندوں کو جنگ کا وہم و گمان بھی نہ تھا۔ وہ جنگ کے آغاز کی خبریں پڑھ کر حیران اور پریشان تھے۔ صحافت کے مورخین کے مشاہدہ کے مطابق پہلی عالمی جنگ کے دوران عوام میں اخبار بینی کا ذوق کافی بڑھا اور لوگ بین الاقوامی معاملات میں بھی گہری دلچسپی کا اظہار کرنے لگے۔

اسی طرح جب 1939ء میں دوسری عالمی جنگ چھڑی تو لوگوں میں اتنی بوکھلاہٹ نہیں تھی جتنی کہ پہلی جنگ کے موقعہ پر محسوس کی گئی تھی۔ کئی یورپی اور امریکی باشندوں نے کہا تھا کہ انہیں جنگ کے بادل منڈلاتے ہوئے نظر آ گئے تھے اور جیسے ہی جنگ کا آغاز ہوا لوگوں میں اتنی حیرانی اور پریشانی نہیں تھی جتنی کہ 1914ء میں محسوس کی گئی تھی۔

پہلی عالمی جنگ کے اختتام کے بعد عوام میں سیاسی شعور بڑھ گیا تھا۔ عالمی معاملات سے دلچسپی میں اضافہ ہو گیا تھا۔ عام طور سے لوگ جنگی خبروں سے دلچسپی

لینے لگے تھے۔

دراصل 1914ء اور 1939ء کے دوران مغربی دنیا کے اخبارات کو خبریں پیش کرنے، پیش منظر شائع کرنے اور جائزے پیش کرنے میں مہارت حاصل ہو گئی تھی۔ تجربات نے ایسی تشریح اور ایسی توضیح اور ایسی تلمیح سے خبروں کو پیش کرنے کی روایات مضبوط کر دی تھیں کہ قارئین کسی بھی خبر کی صحیح قدر اور روح سے روشناس ہو جاتے تھے۔

نامہ نگاری میں تجدید کاری

دونوں عالمی جنگوں میں صحافتی دنیا میں عموماً اور نامہ نگاری کے میدان میں خصوصاً کئی خوشگوار تبدیلیاں نمایاں ہوئیں۔ مقصدی نامہ نگاری Objective Roporting سے بڑھ کر تشریحی نامہ نگاری Interpretative Reporting کا بول بالا ہونے لگا۔ صحافی ہر امر پر شرح لکھنے کے عادی ہو گئے اور قارئین کو بھی ہر خبر اچھی شرح کے ساتھ پڑھنے کی عادت پڑ گئی۔ تشریحی نامہ نگاری میں کافی تجربات کیے گے جن میں بیشتر کامیاب رہے۔ موجودہ زمانے میں مقصدی، سرسری یا معمولی نامہ نگاری سے زیادہ تشریحی، توضیحی اور تفتیشی نامہ نگاری کو جائز طور پر اہمیت، وقعت اور مقبولیت حاصل ہو گئی۔ اخبارات کے علاوہ عظیم اور قدیم عالمی شہرت یافتہ خبر رساں ایجنسیوں نے بھی تشریحی نامہ نگاری کی ہمت افزائی کی ہے۔

مقصدی نامہ نگاری میں ذمہ داری حقائق کے اظہار تک ختم ہو جاتی ہے مگر

تشریحی نامہ نگاری میں ہر خبر کی تہ تک پہنچنے کی سعی ہوتی ہے۔ خبر کے ہر دستیاب پس منظر کا استعمال ہوتا ہے۔ ہر غور طلب بات پر حتی الامکان روشنی ڈالی جاتی ہے۔ ہر متوقع سوال کا پہلے ہی سے اندازہ لگا کر دماغوں میں کلبلانے سے پہلے ایسے سوالات کے جوابات خبر کے ساتھ ہی فراہم کر دیے جاتے ہیں۔ معاملہ کسی بھی نوعیت کا کیوں نہ ہو اس کی ہر زاویہ سے جانچ کی جاتی ہے۔ ہر ممکنہ تفصیل جمع کر کے ایک خاص ترتیب کے ساتھ قاری کی رہنمائی کے لیے پیش کر دی جاتی ہے۔ ایسی توضیحات کے لیے بعض اوقات مانے ہوئے ماہرین کی خدمات بھی حاصل کی جاتی ہیں۔ مسئلہ اقتصادی ہو تو علمِ اقتصادیات کے مسلمہ ماہرین سے صلاح و مشورہ کیا جاتا ہے۔ کسی بات میں قانونی الجھن ہو تو منتخب اور قابل ترین ماہرین علم قانون سے گفت و شنید کے بعد ہی خبر کی رہنما تفصیل اخبار میں دی جاتی ہے۔ حالاتِ حاضرہ کے ہر اہم مسئلہ پر خاص زاویوں سے نگاہ ڈالی جاتی ہے ہر ملنے والی تفصیل کی تلاش ہوتی ہے اور ہر اہم خبر ایسی اطمینان بخش تفصیلات کے ساتھ پیش ہوتی ہے کہ قارئین کو تشفی ہو جاتی ہے۔

تشریحی صحافت میں مندرجہ ذیل سوال ابھرتے ہیں اور ان کے جواب فراہم ہوتے ہیں:

1۔ کیا ہوا؟ درحقیقت کیا بات واقع پذیر ہوئی؟ تمام تر تفصیلات کے ساتھ واقعہ کی اصل حقیقت۔ صرف آغاز اور انجام ہی نہیں بلکہ درمیانی وہ تمام ضروری باتیں جس سے زنجیر کی ہر کڑی پر روشنی پڑتی ہے۔ تسلسل کے ساتھ بیان کی جاتی ہیں۔

2۔ کیسے ہوا؟ یا کیوں ہوا؟ یعنی معاملہ کیسے وقوع پذیر ہوا؟ تمام تر تشریحات کے ساتھ کیوں اور کیسے کے جوابات۔

3۔ اس کا مفہوم کیا ہے؟ یعنی کسی بھی واقعہ، سانحہ، واردات یا نئی بات کا معنی، مقصد، منشا۔ آسان اور عام فہم زبان میں کسی بھی امر کی وضاحت۔ تمام پہلو اس سلاست کے ساتھ پیش ہوتے ہیں کہ معمولی سے معمولی قاری بھی یہ محسوس کرتا ہے کہ اسے معاملہ کی تمام تر ضروری معلومات سے واقفیت ہوگئی ہے۔

4۔ اس کے بعد؟ آج کی خبر کی تفصیلات کی روشنی میں کل کیا ہوگا، یا ہونے والا ہے یا ہوسکتا ہے اس کے بارے میں ایک پیش گوئی یعنی کسی بھی متوقع تبدیلی کے اندازے ماضی کے حالات کے جائزے کے ساتھ حال کا ایک جائزہ دیتے ہوئے مستقبل میں پیش آسکنے والی باتوں کے بارے میں قیاس آرائی۔

5۔ معاملہ کی تہ میں کیا ہے؟ کسی بھی معاملہ میں رویوں اور رجحانات کا بھی عملی دخل ہوا کرتا ہے۔ ہر واقعہ کا کوئی نہ کوئی خصوصی پہلو ہوتا ہے۔ ہر اہم تبدیلی کی تہ میں کوئی نہ کوئی راز ہوتا ہے جو آسانی اور جلدی سے عیاں نہیں ہوتا۔ قاری کو یہ احساس دلانے کی سعی کی جاتی ہے کہ نامہ نگار نے یا اخبار کے عملۂ ادارت نے بڑی جستجو، محنت اور جاں فشانی کے ساتھ اصل معاملہ کی گہرائی سے چھان بین کر کے مذکورہ معاملہ کی تہ تک پہنچنے کی کامیاب کوشش کی ہے۔

اخبار کا قاری ایسی تشریحی رپورٹوں کو پڑھ کر یہ اثر لیتا ہے کہ نامہ نگار نے اپنے تمام وسائل کو بروئے کار لا کر تمام ضروری معلومات یکجا کر کے ایک بہترین تفتیشی

کارنامہ انجام دیا ہے۔

تشریحی نامہ نگاری کی ایک اہم شرط یہ ہے کہ کوئی رپورٹ نامکمل طور پر پیش نہیں کی جاتی ممکن ہے کہ طوالت کی وجہ سے وہ روزنامہ اخبار میں بالاقساط شائع ہو جائے مگر کوئی بات تشنہ نہیں رکھی جاتی۔ رپورٹ کے آخر میں ایک اختتامی نوٹ ضرور دیا جاتا ہے۔ ممکن ہے کہ اس اختتامی نوٹ میں کوئی خامی ہو یا صرف پیش گوئی ہو مگر یہی اہم سعی ہوتی ہے کہ جس امر کی بھی تشریح پیش کی جا رہی ہے وہ شروع سے آخر تک ایک مکمل اور جامع تفصیل ہو۔ یعنی قاری یہ سمجھے کہ ایک افسانہ شروع ہو کر ختم ہو رہا ہے یا ایک ناول آغاز سے انجام تک پہنچ رہا ہے۔

تشریحی رپورٹ میں پس منظر کی اہمیت بہت ہوتی ہے۔ گزشتہ واقعات کی معلومات ضروری ہیں۔ کہا جاتا ہے کہ عوام کی یادداشت کمزور ہوتی ہے۔ انہیں ماضی کے حالات اور اعداد و شمار یاد نہیں رہتے۔ اگر نامہ نگار گزشتہ واقعات کو دہرا کر ضروری پس منظر کی تفصیلات بیان کر کے کڑی جوڑ دے تو قاری کو معاملہ کی اصل نوعیت سے ضرور شناسائی ہو جاتی ہے۔ چشم دید گواہوں کے بیانات لفظ بہ لفظ شائع ہوں تو خبر مستند تسلیم کی جاتی ہے۔ ریل گاڑی کے حادثات، سیلاب، آتش زنی، فضائی حادثات، طوفان کی وجہ سے تباہ کاری جیسے واقعات میں آنکھوں دیکھا حال بیان کرنے والے افراد کی دی ہوئی تفصیلات کو بہت زیادہ وقعت دی جاتی ہے۔ اگر نامہ نگار نے کوئی بات بچشم خود دیکھی ہے اور وہ اس کی تفصیلات خود تحریر کر رہا ہو تو قارئین ایک ایک لفظ کی صداقت پر مکمل اعتماد کرتے ہیں۔ تشریحی رپورٹ اس

طرح تحریر کی جائے جس طرح آئینے میں کسی کا عکس دکھایا جا رہا ہو۔ قارئین یہ سمجھیں کہ نامہ نگار نے اصل واقعہ کی تصویر الفاظ میں کامیابی کے ساتھ ڈھال دی ہے۔ اسی لیے عموماً یہ کہا جاتا ہے کہ نامہ نگار قارئین کی آنکھیں اور کان ہوتے ہیں۔

فوٹوگرافی نے حیرت انگیز ترقی کی ہے۔ ٹیلی ویژن پر خبریں دکھائی جا رہی ہیں۔ فلموں کے ذریعہ خبروں کی نمائش ہو رہی ہے۔ ان سب ترقی یافتہ وسائل کے باوجود تحریری خبروں کی اہمیت وقعت اور مقبولیت میں بہت کم فرق آیا ہے۔ قلم کے ذریعہ جو حالات اور واقعات کی منظر نگاری ہوتی ہے وہ آج بھی اپنی عظمت برقرار رکھے ہوئے ہے۔ اور یہ توقع بھی ہے کہ قلمی اظہار کی قبولیت میں آئندہ بھی کوئی خاص کمی واقع نہ ہوگی۔ منظر کشی میں نامہ نگاروں، افسانہ نگاروں اور ناول نویسوں کو کمال حاصل رہتا ہے۔ وہ اپنے الفاظ، اسلوب اور قوت اظہار کی مدد سے لفظی تصویروں کو جاندار بنا دیتے ہیں۔ بعض وارداتیں ایسی ہوتی ہیں جن کی تصویر کشی نہیں ہوتی۔ فوٹوگرافر اپنے کیمرے سنبھالے متوقع موقعوں پر موجود رہتے ہیں۔ جہاں یکسر غیر متوقع باتیں سرزد ہوتی ہیں وہاں جب فوٹوگرافر یا ٹیلی ویژن کیمرہ مین یا فلم نیوز کیمرہ مین نہیں ہوتے تو اصل مناظر کی صحیح عکاسی نہیں ہوتی۔ مگر نامہ نگار اپنی ذاتی غیر موجودگی کے باوجود اپنے سوالات کے جوابات کی مدد سے کسی بھی واقعہ کی لفظی کیفیت بیان کرنے میں کامیابی حاصل کر لیتا ہے۔ اس مقصد میں زیادہ کامیابی کے لیے تیز ترین قوت مشاہدہ کی ہوتی ہے۔ جب نامہ نگار کی توجہ اور سنجیدگی کی قوت مضبوط اور اعلی ہوتی ہے تو وہ اہل نظر کی طرح ایسی چیزیں بھی دیکھ لیتا ہے جو ایک

عام تماشائی نہیں دیکھ سکتا۔ معقول ومناسب الفاظ کے استعمال سے نامہ نگار واردات کی عکاسی اس خوبی سے کر سکتا ہے کہ قاری یہ محسوس کرلے کہ وہ بذاتِ خود کسی منظر یا واقعہ کو دیکھ رہا ہے۔

جہاں کوئی حادثہ ہوتا ہے، کوئی کانفرنس منعقد ہوتی ہے یا کوئی غیر معمولی بات وقوع پذیر ہوتی ہے تو نامہ نگار ایسے مواد کا متلاشی رہتا ہے جس کی بنیاد پر وہ کوئی مختصر روایت یا دلچسپ حکایت یا تبسم خیز قصہ یا پرلطف داستان یا چٹکلہ لکھ کر اپنی رپورٹ کو زیادہ رنگین یا لطف انگیز بنا سکے۔ بہ الفاظ دیگر وہ ہر اہم واردات میں انسانی دلچسپی کے پہلوؤں کی تاک میں رہتا ہے۔ ذرا سی کوشش سے نامہ نگار کو ایسی تفصیلات فراہم ہو جاتی ہیں جس سے وہ فریفتہ کرنے والی خبر ڈھونڈ نکال سکتا ہے۔

کئی معاملات ایسے ہوتے ہیں جن کی خبر بن کر پھیل جانے کے بعد ان کی گونج کافی دور اور کئی دنوں تک سنائی دیتی ہے۔ یعنی معاملہ کئی کئی دن تک عوام کے دماغ میں تازہ رہتا ہے۔ لوگ مختلف خیالات کا اظہار بھی کرتے ہیں۔ خواہ وہ سیلاب ہو یا خشک سالی، قحط ہو یا بھری ہوئی فصل، مذہب کی تبدیلی ہو یا کسی پیشوا کا قتل۔۔۔۔۔ غرض کسی بھی غیر معمولی واردات پر عوام میں تبادلۂ خیال ہوتا ہے، بحث ومباحثہ ہوتا ہے مختلف انداز فکر کے لوگ طرح طرح سے متنوع رائے کا اظہار کرتے ہیں۔

بعض تشریحی رپورٹوں میں اہم شخصیات کی سوانحی تفصیلات کا تذکرہ کرنا ہوتا ہے۔ بعض میں جغرافی معلومات کے ذریعہ کسی مقام کے بارے میں تفصیل دینی ہوتی ہے۔ بعض میں مستند تاریخی واقفیت کا تذکرہ کر کے اسی پس منظر کی مدد سے

ماضی اور حال کا جائزہ مرتب کرنا ہوتا ہے،

جب کبھی کوئی مشہور کھلاڑی کھیل کے میدان میں بری طرح شکست سے دور چار رہوتا ہے تو نامہ نگاروں کا یہ فرض ہوتا ہے کہ وہ ایسی شکست کے اسباب پر تسلی بخش روشنی ڈالیں۔ ممکن ہے کہ کسی جدوجہد میں یا عام انتخابات میں کوئی منجھا ہوا اور مقبول سیاست داں بری طرح ہار جائے۔ ایسے غیر متوقع واقعات کی تہہ تک پہنچ کر تشریح نامہ نگار کو یہ بتانا پڑتا ہے کہ کن خصوصی حالات کے زیر اثر ایسی ہار یا خفت کا سامنا کرنا پڑا۔ ضرورت ہوتی ہے کہ معاملہ کے تمام پہلوؤں پر سیر حاصل تبصرہ ہو اور ایسے دلائل پیش ہوں جسے پڑھ کر قارئین یہ سمجھیں کہ نامہ نگار نے تمام تر نتائج صحیح طور پر مکمل ذمہ داری سے اخذ کیے ہیں۔

جب کوئی چپقلش ہوتی ہے، دنگا فساد ہوتا ہے، ہڑتال یا کوئی گڑبڑ ہوتی ہے تو ایسے ہی نہیں ہو جاتی۔ ایسے جھگڑوں، ٹکراؤ، کھٹ، بلوے، ہنگامے، مار کٹائی، کشت و خوں وغیرہ کے پیچھے کسی نہ کسی کا ہاتھ ہوتا ہے۔ کوئی نہ کوئی غرض ہوتی ہے، کوئی نہ کوئی پوشیدہ مدعا ہوتا ہے۔ نامہ نگار ایسے ہی مخفی اسباب کی کھوج لگانے کی کوشش کرتا ہے۔

کسی قانون یا ضابطہ میں ردوبدل کی کوشش ہوتی ہے تو اس کی کوئی خاص وجہ ہوتی ہے۔ کچھ لوگ کسی خاص مقصد کو اپنے سامنے رکھ کر اپنا اثر و رسوخ استعمال کر کے قانون ساز اسمبلیوں یا پارلیمان میں نئے قانون یا موجودہ قانون میں ترمیم لانے کی کوشش کرتے ہیں۔ اس مقصد کو حد درجہ پوشیدہ رکھ کر اپنے مطلب کے

حصول کے لیے جدید ضابطے یا کسی تبدیلی کے لیے سیاسی ہتھکنڈے استعمال کرتے ہیں۔ نامہ نگار کا یہ فرض ہو جاتا ہے کہ وہ ایسے درپردہ، دور تر اور آزادانہ مقاصد اور تراکیب کا بھانڈہ پھوڑے۔ ہر معاشرہ مین سماج دشمن عناصر ہوتے ہیں جو کئی طرح کے پوشیدہ مشغلوں کے ذریعے سے غیر مجلسی کارروائیوں میں لگے رہتے ہیں۔ کبھی کبھی ایسے غلط افراد اور ان کے ارادوں کی پشت پناہی سماج کے کچھ ایسے با اثر افراد کرتے ہیں جو بظاہر تو اشراف اور عمائدین شہر میں ممتاز ہوتے ہیں مگر اُن کے پوشیدہ دھندے زیادہ تر مشکوک، غیر اخلاقی اور غیر قانونی ہوا کرتے ہیں۔ نامہ نگار ایسے خفیہ گروہوں کی مخفی سرگرمیوں کا پتہ لگا کر ان کے راز افشا کر سکتا ہے۔

نامہ نگار اپنی تشریحی رپورٹ ایک عام نامہ نگار کی طرح بھی تحریر کر سکتا ہے اور ایک مبصر کی حیثیت سے بھی۔ گزشتہ حالات کی رفتار کا اندازہ لگا کر اور حالیہ انکشافات کی روشنی میں نامہ نگار آئندہ ظہور پذیر ہونے والی باتوں کی پیش بینی بھی کر سکتا ہے۔ سیاسی میدان عمل میں کئی ایسی باتیں ہوتی ہیں جو ذرا سی فراست سے پہلے ہی سے بتائی جا سکتی ہیں۔ اقتصادی معاملات میں بھی آئندہ ہونے والے سلجھاؤ کے بارے میں پیش گوئی ممکن ہے۔ جو بھی بات ظاہر ہوتی ہے اور جو بھی اتفاقی حادثہ یا ماجرا یا سانحہ پیش آتا ہے اُس کا کوئی نہ کوئی نتیجہ ضرور نکلتا ہے۔ ہر معاملہ کا ایک ماحصل ہوتا ہے اور ہر امر کی ایک قدر ہوتی ہے۔ اس کا لحاظ رکھنا ضروری ہے۔ ہر واردات کا ایک معیار ہوا کرتا ہے۔ ہر مسلسل بات پر وہ غور کرے۔ ہر متواتر حادثہ پر وہ خصوصی توجہ دے۔ یکے بعد دیگرے رونما ہونے والے تمام معاملات کا وہ لحاظ

رکھے، ہوشیاری، سمجھ داری اور عاقبت اندیشی سے کام لے کر ہر اہم بات کی تصریح کرنا ،توضیح نامہ نگار کا مقصد ہونا چاہیے۔ نامہ نگار ایسی کوششوں میں شارح کے ساتھ ساتھ تعبیر گو بھی بن جاتا ہے۔ ہر طرح کے استحصال Exploitation کو وہ آشکارا کر سکتا ہے۔

نامہ نگاری کے میدان مین جدت طرازی کا سلسلہ شروع ہو گیا ہے۔ بڑے اخبارات میں ماہر اور تجربہ کار نامہ نگاروں کو عام سطح کی خبریں جمع کرنے کی ذمہ داری سے نجات دے کر کچھ خاص امور کی تحقیقاتی سرگرمیوں میں مصروف کر دیا جاتا ہے۔ آج کل تفتیشی نامہ نگاری Investigative Reporting کا بہت چرچا ہے۔ خاص کر امریکی اخبارات نے اس ضمن میں کافی ترقی کی ہے۔ اور نئے نئے تجربات سے نامہ نگاری کے میدان کو جدید ترین پہلوؤں سے روشناس کرایا جا رہا ہے۔ تفتیشی نامہ نگاری کے لیے کافی وقت درکار ہوتا ہے اور حد درجہ مہارت کی ضرورت ہے۔ اس کوشش میں کامیابی کے لیے جرأت آمیز سنجیدگی اور حقیقت شناس توازن کی اہمیت ہے۔ تحقیقات کے دوران صرف اخبارات ہی نہیں بلکہ ابلاغ کے جملہ ذرائع سے بھی استفادہ کرنا ہوتا ہے اور بے شمار کتابوں اور فائلوں کے مطالعہ کی ضرورت پڑتی ہے۔

تفتیشی نامہ نگاری یوں تو کئی برسوں سے امریکی اور یورپی اخبارات میں رائج ہے۔ مگر اس کو بین الاقوامی شہرت ''واشنگٹن پوسٹ'' The Washington Post نامی انگریزی زبان کے روزنامہ اخبار کے دو ذہین نامہ نگاروں کی وجہ سے

حاصل ہوئی۔ کارل برنسٹین Carl Bernstein اور باب ووڈ ورڈ Bobwoodword نامی محنتی اور دور اندیش نامہ نگاروں نے اپنی ذہانت اور فراست سے امریکی صدارت سے متعلق کئی سربستہ راز فاش کر دیے۔ ان کی تحقیقاتی رپورٹوں کا اتنا شہرہ ہوا اور انہیں اتنی اہمیت دی گئی کہ اس کے نتیجہ میں امریکی صدر رچرڈ نکسن Richard Nixon کو مستعفی ہونا پڑا اور صدر امریکہ کے کم وبیش ۲۰ اہم مشیروں اور رفقائے کار کو قومی اور بین الاقوامی سطح پر رسوا ہونا پڑا۔ قانونی چارہ جوئی ہوئی اور ان بااثر، مقتدر اور معزز افسرانِ بالا کو سزائیں بھگتنی پڑیں۔ دنیا بھر میں لعن طعن ہوئی۔ امریکہ کی سیاسی ساکھ کو زبردست دھکا لگا۔ ہر امریکی باشندے کو صدمہ ہوا۔

اپنی اشاعت بند کرنے سے چند ماہ قبل عالمگیر شہرت یافتہ پندرہ روز ''لائف'' Life نامی امریکی رسالہ نے کئی گھناؤنے جرائم کے راز فاش کیے اور متعدد ایسے معاملات کا بھانڈا پھوڑا جن میں اعلیٰ ترین سرکاری عہدہ داران رشوت ستانی میں ملوث تھے۔ ایسے افشا ہونے والے سربستہ رازوں کے شاخسانہ میں امریکی عدالت کے موقر جج ایبے فورٹاس Abe Fortas کو استعفیٰ دینا پڑا۔ حالانکہ راز افشا تو اخبارات سے ہوئے مگر ریڈیو اور ٹیلی ویژن نے بھی ایسے واقعات کو اچھالا۔ کئی اداروں میں ان معاملات پر بحث ومباحثے ہوئے۔ مہاجرین مزدوروں کی مشکلات پر بھی کئی تفتیشی رپورٹیں امریکی روزناموں میں شائع ہوئیں جس سے کافی کھلبلی مچی۔ بھوک سے متعلق بھی کئی تحقیقاتی رپورٹوں نے حیرت انگیز حقائق کی تشہیر کی۔

پہلے پہل امریکہ میں تفتیشی رپورٹنگ کو ''مک ریکنگ'' Muckraking کے نام سے موسوم کیا گیا۔ بعد میں اسے تحقیقاتی نامہ نگاری اور بعض نے ''گہری نامہ نگاری'' یعنی ''ڈیپتھ رپورٹنگ'' Depth Reporting کا نام بخشا۔ جب کبھی اقتصادی بحران آئے اخبارات نے اسباب کی تفتیش پر کافی محنت کی۔ 1960ء اور 1970ء کے درمیان امریکہ میں کئی مختلف مسائل ابھرے تو امریکی باشندوں نے ملک سیاسی، سماجی اور معاشی ڈھانچہ میں ہی بنیادی تبدیلیاں لانے کی اہمیت پر زور دیا تھا۔ امریکی طرز حیات سے متعلق کئی فعال اداروں کی کارکردگی پر انگلیاں اٹھائی گئیں اور ہر اخبار یہی کوشش کرنے لگا کہ وہ عصری زندگی کے کسی نہ کسی گندے پہلو پر تحقیقاتی رپورٹ پیش کرے۔

جب ٹیلی ویژن کی مقبولیت میں روز افزوں بلکہ لحہ بہ لحہ اضافہ ہونے لگا تو مالکانِ اخبارات نے یہی سہل اور موزوں سمجھا کہ تفتیشی رپورٹوں کے ذریعے قارئین کو نہ صرف چونکایا جائے بلکہ مطلوبہ اخبارات میں عوام کی دلچسپی کو محفوظ کرلیا جائے۔ اخبارات میں عوام کی دلچسپی قائم رہے تو اشتہارات سے آمدنی کے ذرائع بھی مسلسل بڑھتے رہتے ہیں۔ اگر مشتہرین ریڈیو اور ٹیلی ویژن کو زیادہ موثر ذرائع ابلاغ قرار دے کر اپنے اشتہارات ریڈیو اور ٹیلی ویژن کو دینے لگیں گے تو اخبارات کے اشتہارات کی مقبولیت اور ان کے منافعوں پر گہرا اثر پڑے گا۔ اسی وجہ سے اخبارات نے ایسے رویوں کو اہمیت دی جن سے عوام کی اخبارات اور رسائل سے رغبت جاری رہے۔ ایسی رغبت کے لیے انہوں نے نامہ نگاری میں جدت طرازی کو

اہمیت دی۔ اخبارات کے مقابلے میں ٹیلی ویژن مراکز میں عملہ کم ہوتا ہے۔ ٹیلی ویژن پر خبریں پیش کرنے والوں کو اتنی مہلت نہیں ہے جتنی کہ اخبارات کو ہندوستان میں خصوصی یہ ہے کہ ریڈیو اور ٹیلی ویژن مکمل طور پر مرکزی وزارت اطلاعات ونشریات کے قابو میں ہیں۔ ظاہر ہے کہ یہاں حکومت مخالف مواد نشر ہی نہیں ہوگا۔ پارلیمان میں جو نکتہ چینی ہوگی اسی کا سرسری تذکرہ ہوگا۔

کبھی کبھی کسی تفتیشی نامہ نگاری کی مہم میں مہینوں کا عرصہ لگ جاتا ہے اور کافی محنت ومشقت ہوتی ہے مگر جب رپورٹ شائع ہوتی ہے تو ایک ہنگامہ سا مچ جاتا ہے۔ قانون ساز اداروں میں سوالات کی بوچھاڑ ہوتی ہے۔ اداریوں میں طرح طرح کی تنقیدیں ہوتی ہیں۔ گلی کوچوں میں تذکرے ہوتے ہیں۔

امریکہ میں ایک یتیم خانہ ہے جو "فادر ناگنس بوائس ہوم" Father Flanagans Boys Home کہلاتا ہے مگر "بوائس ٹاؤن" Boys Town کے نام سے زیادہ مشہور ہے۔ چندے اور عطیہ جات کی اپیلیں کر کے یہ یتیم خانہ کافی دولت کما رہا ہے۔ اوہاما نامی مقام کے قریب یہ خیراتی ادارہ 1917ء میں جاری ہوا تھا۔ اخبارات کے مدیروں نے محسوس کیا کہ 1948ء سے اس ادارہ کی کارگزاریوں میں کوئی توسیع نہیں ہوئی مگر سال میں دوبار مالی امداد کی درخواستیں باقاعدگی کے ساتھ جاری کی جاتی ہیں۔ اس ادارہ کے منتظمین ہمیشہ یہ دعویٰ کیا کرتے تھے کہ انہیں کسی گرجا گھر، کسی سرکاری ادارہ کیا مرکزی امریکی حکومت سے کوئی مالی معاونت نہیں ملتی۔ مگر ذرا سی تحقیق سے یہ بات معلوم ہوگئی کہ اس ادارہ کو ریاستی حکومت سے

بھی مالی امداد ملتی ہے اور مرکزی حکومت سے بھی خطیر رقم مالی امداد کے طور پر مسلسل ملتی رہتی ہے۔ مدیروں کو شک ہوا کہ جب ایسی اہم بات ہی پر اتنی کامیابی سے پردہ ڈالا جا رہا ہے تو پردے کے پیچھے بھی کئی ایسی باتیں ہوں گی جن کے بارے میں تحقیقی کوشش ہونی ضروری ہے۔ خفیہ جانچ شروع ہوئی تو کئی باتیں سامنے آئیں مثلاً وہاں کے عملہ سے معلوم ہوا کہ منتظمین ہر معاملہ میں حد درجہ قدامت پرستی سے کام لیتے ہیں، رقوم کے خرچ کرنے میں بہت کنجوسی سے کام لیا جاتا ہے اور عملہ کو تنخواہیں بہت کم دی جاتی ہیں۔ ریاست کے تعلیمی معاملات کے قدیم دستاویزات کی چھان بین سے یہ حقیقت سامنے آئی کہ یتیم خانہ کی عمارات کچھ اس انداز سے اور شرط کے ساتھ تعمیر کی گئی تھیں کہ وہاں بیک وقت ایک ہزار لڑکوں کی رہائش کی سہولت دی جائے۔ یتیم خانہ کے حساب و کتاب کی تنقیح سے پتہ چلا کہ وہاں کئی برسوں سے اوسطاً صرف ۶۶۵ لڑکوں ہی کے طعام و قیام کا انتظام کیا جاتا رہا ہے۔ قریب ہی کے ایک ڈاک خانہ میں تحقیقی نامہ نگاروں کو ثبوت ملا کہ وہاں سے ہر سال کئی لاکھ خطوط پوسٹ کیے جاتے ہیں۔ جن میں یتیم خانہ کی مالی اعانت کے لیے پر درد التجائیں کی جاتی ہیں۔ نامہ نگاروں نے اندازہ لگایا کہ یتیم خانہ کو بہتر سے بہتر طریقے سے چلانے کے لیے بھی زیادہ سے زیادہ پچاس لاکھ ڈالر خرچ ہوں گے جب کہ یتیم خانہ کے سربراہ ہر سال اوسطاً ڈیڑھ کروڑ ڈالر بطور چندہ جات وصول کرتے تھے۔ واشنگٹن میں واقع انٹرنل ریوینیو سروس کے دستاویزات کے معائنہ سے پتہ چلا کہ یتیم خانہ کی سالانہ آمدنی ڈھائی کروڑ ڈالر سے تجاوز کر جاتی تھی جبکہ اس ادارہ کے پاس ۱۹ کروڑ

دس لاکھ ڈالر سے زیادہ کی محفوظ رقم جمع تھی۔ ایک مقامی اخبار نے ساڑھے تین ہزار الفاظ پر مشتمل اپنی تحقیقی رپورٹ میں یتیم خانہ سے متعلق جملہ حقائق اور اعداد و شمار مستند طریقہ پر شائع کر دیے جس کے نتیجہ میں منتظمین کی کافی بدنامی ہوئی اور انہوں نے چندہ کی اپیلوں کا سلسلہ یکلخت منقطع کر دیا۔ رائے عامہ کو ہموار کرنے کے لیے فوری طور پر مذکورہ ادارہ نے اعلان کیا کہ جمع شدہ دولت سے بہت جلد ایک ایسا خیراتی ادارہ اعلیٰ پیمانہ پر قائم کیا جائے گا جہاں جسمانی طور پر معذور بچوں کی صحت پر توجہ دی جائے گی اور خصوصاً ایسے بچوں کو طبی امداد دی جائے گی جو گونگے اور بہرے پن کا شکار ہیں۔ ساتھ ہی بچوں کی فلاح و بہبودی کے لیے ایک قومی سطح کے ادارہ کے قیام کا وعدہ کیا گیا۔ اس طرح امریکیوں کو ایک ایسے ادارہ کی حرص کا صحیح علم ہوا جو غیر ضروری طور پر بھی عطیہ جات وصول کر کے اپنی تجوریاں بھر رہا تھا۔ راز افشا کرنے والے اخبار ''سن'' The Sun کو مشہور صحافتی اعزاز ''پلٹزر انعام'' Pulitzer Prize سے نوازا گیا۔

تفتیشی رپورٹنگ کی طرح امریکہ میں ایک اور نئی رپورٹنگ کا رواج عام ہوتا جا رہا ہے جسے ''صارفین نامہ نگاری'' یعنی کنزیومر رپورٹنگ Consumer Reporting کہا جاتا ہے۔ اس کے ذریعہ اُن تمام غلط رویوں کا بھانڈا پھوڑا جاتا ہے جس کے ذریعہ تاجر، صنعت کار اور خدماتی ادارے صارفین یعنی خریداروں سے جعلسازی کرتے ہیں۔ جہاں کہیں عام لوگوں کو اندھیرے میں رکھ کر اُن کا استحصال کیا جا رہا ہے۔ اس کی تفصیلات دے کر خریداروں کی صحیح رہنمائی کی جاتی ہے کہ وہ

بیدار رہیں۔ پانی، بجلی، گیس کی سربراہی یا ٹیلی فون خدمات، دودھ یا کسی بھی خوردو نوش کی اشیاء کی قیمتوں میں جو دھاندلیاں ہوتی ہیں اُن کی تفصیل شائع کی جاتی ہے تاکہ عوام اپنے طور پر ہوشیار رہیں یا متعلقہ اداروں سے پوچھ گچھ کر کے اپنے حقوق کی خود حفاظت کرسکیں۔ قارئین کو جب اندازہ ہوتا ہے کہ اخبار میں دی گئی تفصیل پڑھنے کے بعد اُن کے خرچ و اخراجات میں کمی واقع ہوئی یا کسی خاص رعایت سے انہیں استفادہ ہوا ہے تو وہ اخباری نامہ نگاروں کے مشکور ہوتے ہیں۔ بازاروں اور بڑی بڑی دوکانوں میں غیر صحت مندانہ انتظامات پر نکتہ چینی کی جہاں پاکی صفائی اور عام ضرورت کی اشیاء کی فراہمی سے غفلت برتی جاتی ہے وہاں کی بدعنوانیوں کی نشان دہی کی جاتی ہے اور اصرار کیا جاتا ہے کہ عوامی سہولت کے لیے ہر ضروری شے کا مناسب ترین انصرام ہو۔ ہسپتالوں اور دیگر شفاخانوں کے حالات پر تبصرے شائع ہوتے ہیں تاکہ ایسے صحت بخش اداروں کے منتظمین خبردار رہیں۔ غلط طریقوں یا غیر قانونی طور پر فروخت یا کرایہ پر دی جانے والی اشیاء کے بارے میں معلوماتی تفصیلات دی جاتی ہیں تاکہ خریدار کسی دھوکہ دہی کے شکار نہ ہوں۔

ہندوستان کے کئی انگریزی اخبارات اس قسم کے خریداروں اور صارفین سے ہمدردی کے کالم مسلسل شائع کر رہے ہیں۔ جنوبی ہند کے کئی مقامات سے بیک وقت شائع ہونے والا قدیم اور عظیم روزنامہ ''دی ہندو'' The Hindu اپنے ہفت روزہ میگزین ایڈیشن میں ایسے مضامین شائع کرتا ہے جس سے ٹیکس کی ادائیگی، بیمہ، بجلی کے نرخ کی ادائیگی جیسے معاملات میں عوام کو صحیح آگاہی دی جاتی ہے تاکہ وہ

ایسے رہنما کالموں کے مطالعہ کے بعد ناجائز طور پر استعمال ہونے والے ہتھکنڈوں سے اپنا دامن بچائے رکھیں۔

تفتیشی نامہ نگاری کے لیے ضروری ہے کہ وہ ہر ادارہ پر شک کی نگاہ ڈالے، ہر مصروفیت میں کوئی نہ کوئی بے قاعدگی کا گمان کرے، ہر دفتر میں بدعنوانی، بے ضابطگی اور بداخلاقی کا قیاس کرے۔ تقریباً ہر معتبر ادارہ کو غیر معتبر سمجھ کر وہاں ہونے والی ابتری، کج روی اور خلاف دستور ہونے والی بے قاعدگی کی کھوج کر کے قابل یقین تفصیلات کے ساتھ معاملات کی پردہ فاشی کرے۔

ویسے عام حالات میں گمنام خطوط اور بے شناخت ٹیلی فون پیغامات پر کوئی توجہ نہیں دی جاتی مگر تفتیشی نامہ نگار کو گمنام اطلاعات کی بہت قدر کرنی چاہیے۔ اپنی سرکاری یا اخلاقی یا قانونی مجبوریوں کی وجہ سے بعض لوگ علی الاعلان یا بالمشافہ معلومات بہم نہیں پہنچا سکتے۔ اگر کسی گمنام خط یا غیر متوقع گمنام ٹیلی فون گفتگو سے کسی بات کا اشارہ ملتا ہے تو نامہ نگار اسے قبول کرلے اور اپنے طور پر قابل دریافت باتوں کی تفتیش شروع کردے۔ شہہ پا کر نامہ نگار لگن اور محنت سے کھوجی بن جائے تو تفتیش کے دوران کامیابی کے امکانات بڑھ جاتے ہیں۔ اگر بغض، حسد، کینہ یا دشمنی سے بھی کسی نے غلط اشارہ دیا ہے تو تجسس کے بعد نامہ نگار کو صحیح اندازہ تو ہو ہی جاتا ہے کہ ملنے والا اشارہ بے بنیاد، غلط یا شر پسندانہ تھا۔ لہٰذا وہ خاموشی بھی اختیار کر سکتا ہے۔

بعض معترضین کہتے ہیں کہ بدعنوانیوں اور بے قاعدگیوں پر روشنی ڈالنے کے

ساتھ ہی ساتھ نامہ نگار ایسے صلاح و مشورے بھی پیش کرے جس سے ایسی دھاندلیوں اور غلط رویوں کا قلع قمع ہو سکتا ہے۔ صرف برائیوں کا تذکرہ کر دینے سے خدمت پوری طرح ادا نہیں ہو جاتی۔ بہتر ہے کہ وہ خطوط بھی واضح کیے جائیں جن پر عمل ہو تو دغابازی، فریب اور حیلہ سازی کا حتی المقدور خاتمہ کیا جا سکے۔ یقین کیا جاتا ہے کہ ہر مسئلہ کا حل نکل سکتا ہے بشرطیکہ خلوص اور سنجیدگی سے عمل طلب امر کا جائزہ لیا جائے اور قابلِ عمل عقدہ کشائی کی جائے۔

تفتیشی نامہ نگار کے لیے یہ شرط بھی رکھی جاتی ہے کہ جب تک وہ ایک مسئلہ پر اپنی دریافت اور رپورٹ مکمل نہ کر لے دوسرے مسئلہ کی جانب متوجہ نہ ہو۔ اگر التفات تقسیم ہو جائے تو نامہ نگار کامل خلوص سے کسی ایک امر پر اپنی توجہ مرکوز نہ کر سکے گا۔ تفتیشی رپورٹ کو سنسنی خیز بنانے سے بھی ہر ممکنہ احتراز کیا جائے۔ جہاں تک اخراجات کا سوال ہے تحقیقاتی نامہ نگاری ایک مہنگا سودا ہے۔ عام نامہ نگاری سے تحقیقاتی نامہ نگاری پر کئی گنا زیادہ خرچ آتا ہے۔ ممکن ہے کہ ایسی رپورٹوں سے قارئین کا ایک طبقہ ناراض ہو جائے۔ یہ بھی ممکن ہے کہ ایسی گہری دریافت اور راز افشا کرنے والی رپورٹوں کی اشاعت سے کچھ مشتہرین بھی خفا ہو کر اپنے اشتہارات منقطع کر دیں۔ ہتکِ عزت کے مقدموں کا خطرہ بھی رہتا ہے۔ نامہ نگار یا ناشر کو سزا ہو یا نہ ہو بعض لوگ اس لیے بھی غیض و غضب میں قانونی کارروائی کر بیٹھتے ہیں کہ ناشر یا نامہ نگار وکیلوں اور عدالتوں کے چکر کاٹ کر کم از کم ذہنی پریشانی میں مبتلا ہو جائیں۔ تفتیشی رپورٹ کی اشاعت کے بعد اگر کسی ادارہ میں بہتری آ گئی ہے تو اخبار

بجا طور پر یہ دعویٰ کر سکتا ہے کہ مذکورہ اخبار کے انکشاف کے بعد ہی ایسی خوشگوار تبدیلیاں رونما ہوئیں۔

یادداشت نگاری

برسوں بلکہ کئی دہوں سے ماہر نامہ نگاروں کے درمیان یہ مسئلہ زیر بحث رہا ہے کہ ایک کامیاب نامہ نگار کے لیے مختصر نویسی یعنی شارٹ ہینڈ Shorthand کی قابلیت ضروری ہے یا نہیں۔ مسئلہ کی موافقت اور مخالفت پر کافی لے دے ہوتی رہی ہے۔ صحافت کے طلبہ بھی اس مسئلہ پر گرما گرم بحث کرتے ہیں۔ کچھ اصرار کرتے ہیں کہ نامہ نگار کے لیے شارٹ ہینڈ کا جاننا بہت مفید ہے اور کچھ دلالت کرتے ہیں کہ اگر نامہ نگار کی یادداشت قوی ہو تو وہ بغیر شارٹ ہینڈ نوٹ بک کی اہم باتیں ذہن نشین کر کے اپنی ذمہ داری حسن و خوبی کے ساتھ انجام دے سکتا ہے۔ یہ ایک دلچسپ حقیقت ہے کہ اس مسئلہ پر کوئی اتفاق رائے آج تک نہیں ہو سکا۔ ماضی قریب میں ایک اور تازہ سوال یہ گونجا ہے کہ نامہ نگار ٹیپ ریکارڈر پر انحصار کریں یا نہ کریں۔

گہرا جائزہ لیا جائے تو اندازہ ہوتا ہے کہ امریکہ کے کامیاب چوٹی کے نامہ نگار شارٹ ہینڈ سے بے بہرہ ہیں۔ وہ نوٹ لکھنے کے لیے اپنے اپنے مخصوص اور عجیب و غریب طریقوں پر عمل کرتے ہیں مگر اپنی ذمہ داری میں کبھی کوئی فرق محسوس نہیں ہونے دیتے۔ تقریباً تمام یورپی ممالک اور خاص کر انگلستان کے سرگرم نامہ نگاروں

کو دیکھا جائے تو اس حقیقت کا اندازہ ہوتا ہے کہ وہاں شارٹ ہینڈ کی واقفیت بالکل لازمی ہے اور تقریباً ہر نامہ نگار باضابطہ طور پر شارٹ ہینڈ کی تربیت سے لیس ہے۔ وہ اوسطاً ایک سو بیس الفاظ فی لحظہ کی رفتار سے انگریزی زبان میں دیے گئے بیان کے شارٹ ہینڈ نوٹس بہ آسانی لکھ لیتا ہے۔ انگلستان کو مؤقر "نیشنل کونسل فار دی ٹریننگ آف جرنلسٹس" National Council For The Training Of Uournalists نے بھی فعال صحافیوں کے لیے انگریزی شارٹ ہینڈ کی واقفیت لازمی قرار دی ہے۔

اس حقیقت سے کسی کو انکار ہو ہی نہیں سکتا کہ یادداشت نگاری کسی بھی صحافی کے لیے عموماً اور سرگرم نامہ نگاروں کے لیے خصوصاً بہت ضروری ہے۔ امریکی نامہ نگاروں نے خود اپنی ذاتی اور خصوصی شارٹ ہینڈ تیار کر کے اس پر عمل کرنے کی خو ڈال لی ہے۔ نوٹس لکھتے وقت وہ "a"، "an"، "the" جیسے حروف تنکیر نہیں لکھتے۔ "is"، "are"، اور "were" جیسے فعل بھی نوٹ نہیں کرتے۔ "and"، "but"، "for" جیسے معاون و مددگار حروف بھی حذف کر دیتے ہیں۔ وہ حروف یا کلمات جو لفظ کے اخیر میں لگائے جاتے ہیں یعنی Suffix نوٹ نہیں کیے جاتے۔ کئی عام فہم الفاظ کے مخففوں کو استعمال کر لیا جاتا ہے۔ مثلاً "وائٹ ہاوز" White House کے لیے صر W.H لکھ لیتے ہیں۔ انگریزی لفظ With کے لیے صرف /W تحریر کر لیا جاتا ہے۔ کنٹری کمیشن کے لیے C . C . سے کام چلاتے ہیں۔ Superintendent کے لیے Supt کافی سمجھا جاتا ہے اور School کے لیے

بس ہے۔ ری پبلکن کے لیے R کی علامت سے کام چلتا ہے تو ڈیموکریٹک sch کے لیے D امریکہ کی مصروف ترین اور مشہور ترین خبر رساں ایجنسیوں نے بھی اپنے خود کے ''مختصر'' الفاظ مرتب کر دیے ہیں جو عام طور سے دنیا بھر میں شناخت کر لیے جاتے ہیں مثلاً نیوز ایجنسی رپورٹوں میں انگریزی لفظ ''لیجسلیچر'' Legislature کے لیے xgr کا مخفف مستعمل ہے۔

انہیں خطوط پر کسی بھی زبان میں بڑی آسانی سے مختصر الفاظ مرتب کیے جا سکتے ہیں۔ ذرا سی کوشش سے ہر نامہ نگار اپنے ہی خصوصی استعمال کے لیے اپنی ایک ذاتی ''شارٹ ہینڈ'' بنا لے اور وقتِ ضرورت استعمال کرے۔

یادداشت نگاری کی اہمیت اُس وقت بڑھ جاتی ہے جب نامہ نگار کو کسی اہم شخصیت کے اہم بیان کو اپنی رپورٹ میں ''لفظ بہ لفظ'' یعنی ''وربیاٹم'' Verbatim درج کرنا ہوتا ہے۔ اعداد و شمار بھی اگر فوراً نوٹ کر لیے جائیں تو سو فی صد درستگی کے ساتھ دیے جا سکتے ہیں۔ پتہ جات اور بھاری رقوم کی صحیح اور مستند ترسیل کے لیے ''نوٹ'' لکھ لینا بہت مفید ہوتا ہے۔

بعض ماہرین اس خیال کا اظہار کرتے ہیں کہ اردو زبان کا رسم الخط ہی ایک بہترین شارٹ ہینڈ ہے۔ تجربہ بھی یہی بات پایۂ ثبوت کو پہنچاتا ہے کہ انگریزی، ہندی یا تامل کی نسبت اردو زبان میں یادداشت زیادہ تیزی کے ساتھ نوٹ کر سکتے ہیں۔ یہ بات بھی خالی از دلچسپی نہیں کہ چلتی ہوئی ریل میں جس تیز رفتاری اور کامیابی کے ساتھ ہم اردو زبان لکھ سکتے ہیں کوئی اور زبان نہیں لکھ سکتے۔ کئی لوگوں

نے اردو شارٹ ہینڈ کی اختراع کی اور اس موضوع پر کتابیں بھی شائع ہوئیں مگر بدقسمتی سے انہیں مقبولیت حاصل نہ ہوسکی۔ کئی سال پہلے شمع بک ڈپوئی دہلی کی جانب سے ایک کتاب ''اردو شاٹ ہینڈ'' کے نام سے منظرِ عام پر آئی تھی مگر اس کی خاطر خواہ پذیرائی نہیں ہوئی۔

کچھ لوگوں کا خیال ہے کہ ''پٹ مین'' Pitman طرز شارٹ ہینڈ سے متعارف ماہر اسٹینوگرافر ذرا سی کوشش سے اردو جملوں کو نوٹ کرسکتا ہے۔

جو نامہ نگار شارٹ ہینڈ کی مخالفت کرتے ہیں ان کی دلیل ہے کہ اگر کسی نامہ نگار کو شارٹ ہینڈ سے اچھی واقفیت ہے تو وہ عادتاً ہر بیان اور جملہ شارٹ ہینڈ میں لکھ لینے میں مصروف ہوجاتا ہے۔ شارٹ ہینڈ نوٹ لیتے ہوئے اتنی محویت ہوجاتی ہے کہ نامہ نگار اپنی تمام تر توجہ کو نوٹ لکھنے میں دفن کردیتا ہے اور وہ ترجمان یا بیان گویا مقرر کے چہرے کے تغیر یا لہجہ یا رویہ سے یکسر بے خبر ہوجاتا ہے۔ ماہرین کی رائے ہے کہ نامہ نگار ایک عمدہ مشاہدہ بھی ہو، اگر وہ صرف دستوری اسٹینوگرافر کی طرح شارٹ ہینڈ نوٹ نگاری ہی میں مشغول ہوجائے تو وہ اپنی دیگر ضمنی ذمہ داریوں سے غافل ہوجائے گا۔ تمام ماہرین اس بات پر متفق ہیں کہ اگر نامہ نگار اہم ترین حقائق کو لفظ بہ لفظ محفوظ کرلے تو نامہ نگاری معین ہوجاتی ہے۔ درست یادداشت نگاری سے انکار کرکے اخباری رپورٹوں میں سو فی صد سچائی اور صحیح پن کی توقع رکھنا غلط امیدی ہے۔ نوٹ قطعی ہو تو رپورٹ بھی بالکل ٹھیک تیار کی جاسکتی ہے۔ راستی، خوبی اور درستی کے لیے ہر بات کا حرف بہ حرف لکھ لینا ہی نہایت عمدہ عادت ہے جس کی

پرزور سفارش کی جا سکتی ہے۔

برقی آلات اور صحافت

ٹیپ ریکارڈر کے استعمال پر ہمیشہ مختلف خیالات کا اظہار ہوتا رہا ہے۔ مشہور امریکی محققین گیرالڈ ہرلے Gerald Hurley اور آنگس میک ڈوگل Angus Mcdougall نے اپنی مشہور تصنیف ''وژول امپیکٹ ان پرنٹ'' Visual Impactin میں کہا ہے کہ ''مستند ترین بیانات کو صدا بند کرنے کے لیے ٹیپ ریکارڈر Tape Recorder'' ایک نہایت اچھا آلہ ہے۔ ہم نہ صرف اس میں بیان کی حرف بہ حرف محفوظ کر سکتے ہیں بلکہ متعلقہ افراد ہی کی آواز میں الفاظ صدا بند کر کے ہم لب و لہجہ کے ردوبدل سے بیان گو کے احساسات و جذبات کا بھی ایک صحیح اندازہ لگا سکتے ہیں۔ کہنے کے انداز سے ہی ہم پتہ لگا سکیں گے کہ بات غیض و غضب میں کہی گئی ہے، طنزاً کہی گئی ہے یا خوشگوار توقعات کے ساتھ ادا کی گئی ہے۔ صرف نوٹ تحریر کرنے والے نامہ نگار کو بیان دینے والے کے بیان کا مطلب تو معلوم ہو جائے گا مگر جو رنگینی اور گہرائی، بیزارگی یا جولانی خود اس کی آواز سے عیاں ہوگی وہ صرف ٹیپ ریکارڈر ہی کی مدد سے ممکن ہے۔ نوٹ لکھنے والا نامہ نگار مواد تو لا سکتا ہے مگر بیان کی مہک یا تھکن سے وہ بہرہ ور نہیں ہو سکے گا۔

کئی ماہر نامہ نگاروں نے ٹیپ ریکارڈروں کے استعمال پر نکتہ چینی کرتے ہوئے کہا ہے کہ ٹیپ ریکارڈر کی موجودگی بیان دینے والے کو ست محتاط یا رنجیدہ کر دیتی

ہے۔ ممکن ہے کہ وہ ٹیپ ریکارڈر کی غیر موجودگی میں زیادہ ذوق اور سنجیدگی سے محوِ گفتگو ہو۔ بعض معمر نامہ نگار کہتے ہیں کہ انہیں اہم باتوں کی فوری شناخت کرنے اور لکھ لینے کی خصلت پڑ گئی ہے اور وہ ٹیپ ریکارڈروں پر تکیہ کرنا نہیں چاہتے۔ کچھ اصرار کے ساتھ کہتے ہیں کہ ٹیپ ریکارڈر گفتگو کرنے والے کو بجھا کر رکھ دیتا ہے۔ جو زندگی اور شگفتگی روبرو گفت وشنید میں ہے وہ آلات کے ذریعہ صدا بندی میں نہیں ہے آج کل جدید ترین برقیاتی آلات نے کئی سہولتیں بہم پہنچا دی ہیں۔ ایسے طاقتور مائیکروفون مل رہے ہیں جو نکٹائی کے پن میں چھپائے جا سکتے ہیں۔ ایسے مختصر ٹیپ ریکارڈر ایجاد ہو گئے ہیں جو بڑی آسانی سے مخاطب کی نظروں سے اوجھل رکھے جا سکتے ہیں۔ مگر کامیاب نامہ نگار ایسے جدید آلات سے پرہیز کرتے نظر آ رہے ہیں۔

کچھ افسر ایسے بھی ہیں جو ٹیپ ریکارڈر کی موجودگی میں کسی بھی قسم کی گفت وشنید سے بالکل انکار کر دیتے ہیں۔ ممکن ہے کہ کچھ ایسے بھی افسر ہوں جنہیں ماضی میں ان کی غلط ترجمانی سے رنج پہنچا ہو اور وہ اصرار کریں کہ نامہ نگار سے گفتگو ٹیپ ریکارڈر کی مدد سے ہی ہو۔ بہت ممکن ہے کہ کوئی افسر بالا یہ اصرار کرے کہ دو ٹیپ ریکارڈر یکساں چلتے رہیں۔ ایک ٹیپ مذکورہ افسر کے پاس رہے اور ایک نامہ نگار لے جائے تاکہ کوئی اختلافِ رائے ہو تو متعلقہ ٹیپ کی معاونت سے فیصلہ کر لیا جائے۔

یہ قیاس کر لینا بھی غلط ہے کہ کوئی بیان ٹیپ ریکارڈر کے ذریعہ صدا بند کر لینے سے افسر باغ باغ ہو جائے گا کہ اس کا ہر لفظ ایک اہم اخبار کی جانب سے صدا بند ہو رہا ہے۔ کئی ذمہ دار سرکاری افسر ایسے بھی ہیں۔ جنہیں مائیکروفون دیکھتے ہی وحشت

ہونی لگتی ہے۔ ایسا خوف رکھنے والا شخص ظاہر ہے کہ کوئی بات کھل کر نہیں کرے گا اور نامہ نگار کو منہ کی کھانی پڑے گی۔ مشاہدہ ہے کہ جس طرح اکثر لوگوں کو اسٹیج پر آ کر مخاطب ہونے سے خوف محسوس ہوتا ہے جسے انگریزی میں ''اسٹیج کا خوف'' یا ''اسٹیج فیئر'' Stage Fear کہتے ہیں۔ بالکل اسی طرح کئی لوگوں کو مائیکروفون سے کافی پریشانی ہوتی ہے جسے آج کل ''مائیک کا خوف'' یا ''مائیک فرائٹ'' Mike Fright کا نام دیا گیا ہے۔ یہ بھی مشاہدہ ہے کہ بعض لوگ پہلے پہل تو ٹیپ ریکارڈر اور مائیکروفون کو دیکھ کر ذرا بوکھلا سے جاتے ہیں مگر رفتہ رفتہ وہ اپنے اس خوف پر قابو پا لیتے ہیں یا سنبھل کر ایسا رویہ اختیار کر لیتے ہیں گویا انہیں مائیکروفون یا ٹیپ ریکارڈر سے کوئی خوف یا خطرہ نہیں ہے۔

ٹیپ ریکارڈروں کے تعلق سے ایک اعتراض یہ بھی کیا جاتا ہے کہ اہم ترین باتوں کو سننے کے لیے پوری ٹیپ کو شروع سے آخر تک سننا پڑتا ہے۔ اس اعتراض کے جواب میں یہ صلاح دی جا سکتی ہے کہ اخباری نامہ نگار ایسے ٹیپ ریکارڈر کو ترجیح دے جس میں گنتی کرنے والا میٹر'' کاؤنٹر'' Counter لگا ہوا ہے۔ آج کل تقریباً ہر اوسط قیمت کے کیسیٹ ریکارڈر میں ایسے میٹر لگے ہوئے ہیں۔ جہاں کوئی اہم بات مخاطب کی زبان سے نکلی نامہ نگار فوراً کاؤنٹر میٹر پر چلنے والے نمبر نوٹ کر لے مثلاً 185، 346، 642 اور 708 نمبروں کے آس پاس اہم ترین جملے صدا بند ہیں۔ اس طرح نامہ نگار ''فاسٹ فارورڈ'' Fast Forword کنجی کی مدد سے مطلوبہ نمبر کے قریب جلد از جلد پہنچ سکے گا اور اہم بیانات کو مکرر سن سکے گا یا ان کے

نوٹس لکھ سکے گا۔

کوئی بھی ٹیپ ریکارڈر موقعہ واردات پر یا انٹرویو کے دوران استعمال کے لیے لے جانے سے قبل نامہ نگار یہ احتیاط برت لے کہ یہ اچھا ہے اور بغیر کسی تکنیکی رکاوٹ کے مسلسل کام کر رہا ہے۔ ہر طرح سے اس بات کا اطمینان کر لیا جائے کہ ٹیپ ریکارڈر عین وقت پر بگڑ نہ جائے۔ پیشگی آزمائش بھی کر لی جائے تو مزید بہتر ہے۔ جس جگہ نامہ نگار ٹیپ ریکارڈر لے جا رہا ہے ممکن ہے وہاں ''پلگ'' Plug لگانے کی سہولت نہ ہو۔ اور اگر سہولت بالفرض ہے بھی تو نامہ نگار کے پاس مطلوبہ طوالت کی تار یعنی وائر Wire نہ ہو گی۔ اس لیے بہتر ہے کہ نامہ نگار بیٹر سیل Battery Cell کا اہتمام کر کے چلے۔ ایسی صورت میں یہ بھی اطمینان کر لینا ضروری ہے کہ بیٹریاں تازہ ہیں اور بغیر کسی مشکل کے ٹیپ ریکارڈر کے کام کرنے میں مددگار ہوں گی۔ کہیں ایسا نہ ہو کہ نامہ نگار دفتر آ کر اس بات سے آگاہ ہو کہ وہ ایک خالی خولی ٹیپ کے ساتھ واپس آیا ہے۔ الیکٹرانک آلات کے استعمال میں حد درجہ احتیاط اور پیشگی آزمائش بے حد ضروری ہے ورنہ عین وقت پر کسی نہ کسی پریشانی یا پشیمانی کا سامنا کرنا پڑے گا۔ احتیاط کے طور پر نامہ نگار فاضل تار Extra Torch Cell رکھ لے تو بہت آسانی رہے گی۔ فاضل ٹیپ یا خالی کیسٹ Blank Cassette بھی ہمیشہ ساتھ ہوں تاکہ ضرورت پڑے تو ان کا مناسب و معقول استعمال ہو سکے۔

نامہ نگار اس بات کا خاص خیال رکھے کہ بات چیت کرنے والے کی ساری توجہ

ٹیپ ریکارڈر کی طرف مرکوز نہ ہو جائے، بلکہ ٹیپ ریکارڈر کی موجودگی کو کچھ وقت تک فراموش کر کے نامہ نگار اپنے فرائض انجام دینے کی سعی کرے۔ یہ بات ذہن نشین رہے کہ ٹیپ ریکارڈر کا میکانکی کام صرف آواز ریکارڈ کرنا ہے۔ سوالات پوچھنا اور مخاطب کو مقصدی بات چیت میں مصروف رکھنا صرف نامہ نگار کا کام ہے۔ نامہ نگار ٹیپ ریکارڈر کو ایک گوارا ساتھی کا درجہ دے۔ یہ یاد رکھنا بہت ضروری ہے کہ آج تک کوئی ایسا برقی آلہ ایجاد نہیں ہوا ہے جو خود بخود کسی سے ملاقات کر کے گفت وشنید ریکارڈ کر لیتا ہو، یعنی سائنس دانوں نے اب تک کوئی ''انٹرویو لینے والی مشین'' Interviewing Machine ایجاد نہیں کی ہے۔ صحافت کا دارومدار ایک حد تک انسانوں پر ہے۔ برسوں پہلے لسان العصر حضرت اکبر الہ آبادی نے کیا خوب فرمایا تھا:

اے کہ تیرے ہاتھ میں تحریر کا طومار ہے
صاحب تصنیف ہے یا ایڈیٹر اخبار ہے
داستاں لکھنی ہو تو زندوں کی لکھ جا کر کہیں
شہر خموشاں سے تجھ کو کچھ خبر ملتی نہیں

بعض یہ دلیل پیش کرتے ہیں کہ ٹیپ ریکارڈر کا استعمال ایسی جگہ اور ایسے وقت میں مناسب ہے جب نامہ نگار کے پاس پوری ٹیپ مکرر سن کر منتخب نوٹس تحریر کرنے کے بعد اپنی رپورٹ تیار کرنے کے لیے کافی گنجائش ہو۔ یعنی فرصت اور فراغت سے کسی کا انٹرویو لے کر ایک ملاقاتی رپورٹ بنانی ہے۔ تو ٹیپ ریکارڈر کے استعمال

میں کوئی مزاحمت نہیں ہے۔ جہاں نامہ نگار کو بہ عجلت تمام رپورٹ تیار کر کے عملہ ادارت کے سامنے پیش کرنی ہے ٹیپ ریکارڈر ایک معاون کے بجائے ایک مصیبت ثابت ہو گا۔ قدامت پرست نامہ نگاروں کا کہنا ہے کہ جب اہم ترین نکات تحریر کر لیے جاتے ہیں تو کسی بیان یا تقریر یا ملاقات کی گویا ''خود بخود'' ترتیب یا دوین ہو جاتی ہے۔ ماہر نامہ نگار اپنے تجربات کی روشنی میں اپنے دیرینہ مشقوں کے بل بوتے پر ایسی قابل قبول اور بے نظیر رپورٹیں لکھ دیتے ہیں کہ نائب مدیروں کو زیادہ قطع و برید کی ضرورت ہی محسوس نہیں ہوتی۔

یہ عام مشاہدہ ہے کہ جب کوئی نئی تکنیکی مشین بازار میں آتی ہے تو لوگ خوشی سے اور جوش سے فوراً اسے اپناتے نہیں۔ پہلے پہل ہر مفید آلہ کی عیب جوئی کی جاتی ہے۔ کمپیوٹروں کی بھی کافی مخالفت کی گئی۔ نئے نئے طباعتی طریقے ایجاد ہوئے تو لوگوں کو اس میں متعدد نقص نظر آئے۔ غرض ہر نئی دریافت اور ہر جدید ایجاد پر کسی نہ کسی طرح کے اعتراضات کی بوچھاڑ ہوتی ہے۔ ٹیپ ریکارڈر پر بھی ایسے ہی حملے ہوتے رہے ہیں۔ توقع ہے کہ رفتہ رفتہ صحافی برقی آلات کی برکات سے واقف ہوتے جائیں گے۔

اخبارات کی ترسیل میں تیز رفتاری لانے کی غرض سے آئے دن ایسے آلات تیار ہو رہے ہیں جن کی مدد سے صحافت کی کئی مشکلات حل ہو سکتی ہیں۔ ضرورت ہے کہ صحافی عصری تقاضوں کو بلند نظری سے سمجھنے کی کوشش کریں۔ ٹیلی کمیونی کیشن Telecommunications کے عملی میدان میں کئی نئے تجربات ہو رہے ہیں۔

امریکہ اور جاپان میں نت نئ برقیاتی ایجادوں کی وجہ سے کئی صحافتی کاموں میں عمدگی، درستگی اور برق رفتاری آ گئی ہے۔کئی اخبارات جدید ترین کمپیوٹروں کی مدد سے خبریں جمع کرنے اور دیگر ضروریات میں حیرت انگیز ترقی کرر ہے ہیں۔

اخبار ایک ایسا ادارہ ہے جہاں ہر اُس نئ طرز یا طریقہ یا مشین سے کام لیا جانا چاہیے۔جس سے وقت بچتا ہے اور کام تیز رفتاری سے ہو سکتا ہے۔اگر مالی حیثیت اجازت دے تو ہر اخبار حتی المقدور نئ برقی ایجادوں سے مستفیض ہونے کا جتن کرے۔

مغربی ممالک اور ترقی یافتہ ممالک ہی نہیں بلکہ خود ہندوستان کے کامیاب اخبارات کے دفاتر میں خبروں کے جمع کرنے اور تدوین کے لیے جدید ترین کمپیوٹروں سے مدد حاصل کی جارہی ہے۔فوٹو کمپوزنگ Photo Composing تو تقریباً ہر بڑے انریزی روزانہ اخبار نے اپنا لی ہے۔بڑی خبر رساں ایجنسیوں مثلاً پریس ٹرسٹ آف انڈیا اور یونائٹڈ نیوز آف انڈیا نے کمپیوٹروں کا استعمال شروع کردیا ہے۔آل انڈیا ریڈیو اور دوردرشن نے بھی عام انتخابات کے نتائج کے اعلان اور جائزوں کے لیے جدید ترین کمپیوٹروں سے استفادہ کیا ہے۔ہندوستان یمں برقیاتی اشیاء کے استعمال کی بہت حوصلہ افزائی کی جارہی ہے۔وہ دن دور نہیں جبکہ کسی بھی معیاری اخباری دفتر کا بیشتر کام نئے نئے برقی آلات کے ذریعہ انجام پائے گا۔

صنعتی انقلاب کے بعد تقریباً ہر اس کام کے لیے مشینیں ایجاد ہونے لگیں جس کو

عموماً انسان کرتے تھے۔مشینوں کو استعمال کرنے کے لیے بھی انسانی قوت درکار تھی۔پھر خودکار یعنی آٹومیٹک Automatic مشینوں کا دور آیا۔مشینیں کئی کام خود بخود انجام دینے لگیں۔ایسی حیرت انگیز خودکار مشینوں کو کمپیوٹر کا نام بخشا گیا ہے۔

کچھ لوگ کہتے ہیں کہ نامہ نگار بذاتِ خود ایک کمپیوٹر ہے کیونکہ وہ خبریں جمع کرتا ہے،ضروری باتیں رکھ لیتا ہے،غیر ضروری باتوں کو رد کر دیتا ہے،مواد کا مقابلہ کرتا ہے،بقیہ مواد کا مقصدی جائزہ لیتا ہے اور پھر منتخب،معقول اور مناسب مواد کو صحیح ترتیب دیتا ہے۔ یہ مشاہدہ ایک حد تک صحیح ہے کہ نامہ نگار ایک انسانی کمپیوٹر Human Computer ہے۔سائنس دانوں نے کافی تحقیق کے بعد یہ اندازہ لگایا ہے کہ انسانی دماغ میں ایک ساتھ ایک کروڑ معلومات ذہن نشین رہ سکتی ہیں جبکہ اس قدرتی مخزن کا وزن تین پاؤنڈ سے زیادہ نہیں ہوتا۔ایک اچھے کمپیوٹر میں ایک ساتھ ایک کروڑ ساٹھ لاکھ معلومات ذخیرہ کی جا سکتی ہیں جبکہ اس کا وزن دو سو پاؤنڈ سے زیادہ ہوتا ہے۔

صحافت کی تاریخ گواہ ہے کہ اخبارات نے ہر نئی دریافت سے بھرپور استفادہ کیا ہے۔ٹائپ رائٹر، ٹیلی گراف، ٹیلی پرنٹر، لائنو ٹائپ مشین، تیز رفتار روٹاری مشین، آفسیٹ مشین، ٹیلیکس، فوٹو کمپوزنگ، فیکسی مل طباعت Facsimile کمپیوٹر سے تدوین وغیرہ۔غرض ہر اس جدید برقی ایجاد کو اپنایا جس سے صحافتی خدمات میں عجلت اور عمدگی آ سکتی تھی۔ 1950ء کے اوائل میں کمپیوٹر منظرِ عام پر آئے تو اخبارات نے ان کا بھی خیر مقدم کیا۔وڈیو ٹیپ Video Tape کا رواج شروع ہوا تو اخبارات نے انہیں بھی بخوشی اپنایا۔اقتصادیات کے ماہرین نے اندازہ لگایا کہ نئی مشینوں کی

خریداری سے اخبارات کے ابتدائی اخراجات میں تو بہت زیادہ اضافہ ہوا مگر ان کے روزمرہ اخراجات میں کمی واقع ہوئی۔ اخبارات کی تیاری کا خرچ رفتہ رفتہ کم ہوتا گیا۔ مجموعی اعتبار سے برقی آلات کی تنصیب سے اخبارات ہی فائدے میں رہے۔ خبریں برق رفتاری سے جمع اور شائع ہونے لگیں۔ ایک سرسری جائزہ کے مطابق 1970ء سے اب تک امریکی اخبارات سالانہ دس کروڑ ڈالر سے بھی زیادہ رقم صرف خبریں جمع کرنے کی مصروفیت میں بہتری لانے پر صرف کر رہے ہیں۔

جدید ترین تکنیکی ایجادات کی وجہ سے آئے ہوئے زبردست انقلاب کا ایک گہرا اثر صحافیوں پر عموماً اور نامہ نگاروں پر خصوصاً پڑا ہے۔ نامہ نگار خبریں اکٹھی کرنے کی مصروفیت میں زیادہ مستعد محتاط اور موثر ہو گئے ہیں۔ ضرورت محسوس ہو رہی ہے کہ ہر صحافی ہر جدید برقی آلہ کے صحیح استعمال سے متعارف ہو۔ ہر نامہ نگار کو چھوٹی سے چھوٹی مشین کے طریقۂ کار سے واقفیت حاصل کرنے کے لیے مختصر ہی سہی مگر تربیت لینی پڑتی ہے اور مشق بھی کرنی ہوتی ہے۔ کسی بھی آلہ کو ایک معینہ وقت کے لیے استعمال کر کے ہی اس کے صحیح استعمال کے بارے میں مہارت حاصل کی جا سکتی ہے۔

آج کل کئی برقی آلات بازار میں دستیاب ہیں۔ ان مصنوعات کے بنانے والے مختلف ہیں، ان کے ماڈل مختلف ہیں، سائز علیحدہ علیحدہ ہیں، طریقۂ کار بھی مختلف ہے، نرخ بھی بدلتے رہتے ہیں۔ جو کام پہلے گھنٹوں میں ہوتا تھا وہ منٹوں میں ہونے لگا اور اب تازہ ترین برقی آلات کی مدد سے وہی کام سیکنڈوں میں ہونے لگا ہے مثلاً ''دی آر، سی، اے 301'' The RCA 301 نامی مشین لے

سیکنڈ میں کامل صحت کے ساتھ اتنا مواد قابلِ اشاعت بنا دیتی ہے کہ ۱۲۱ انچ لمبا ایک کالم بڑی آسانی سے بھرا جا سکتا ہے۔ایک اوسط کمپیوٹر کی مدد سے ۱۲ ہزار سطریں فی گھنٹہ کی رفتار سے کموز Compose کی جاتی ہیں۔ایک معمولی انسان عام طور سے ایک منٹ میں ۱۲۰ الفاظ اپنی زبان سے ادا کر سکتا ہے مگر جدید برقی آلات کی مدد سے فی منٹ چار ہزار الفاظ ترسیل آسان ہو گئی ہے۔ایک اوسط کمپیوٹر ایک منٹ میں ۲۸ ہزار الفاظ کا مطالعہ کر لیتا ہے۔

دو اور نئی ایجادات جن کا اخبارات میں زیادہ سے زیادہ استعمال ہونے لگا ہے، او، سی آر یعنی "آپٹیکل کیریکٹر ریکگنیشن" Ootucak Charcter Recognition اور "وی، ڈی، ٹی" یعنی "ویڈیو سپلے ٹرمی نل" Video Display Terminal کہلاتی ہیں۔او، سی آر کے استعمال کے لیے مسودہ الیکٹرک ٹائپ رائٹر Electric Typewriter پر ٹائپ کیا جاتا ہے۔جدید برقی ٹائپ رائٹر میں مختلف نمونوں کے ٹائپ استعمال کرنے کی سہولت پیدا کر دی گئی ہے۔یہ او، سی، آر، اسکینر Scanner کے نام سے بھی موسوم ہے۔اس مشین میں ہر ایک حرف پر تقریباً ایک درجن برقی شعاعیں گزرتی ہیں جس کی مدد سے حرف پہچانا جاتا ہے اور ایک برقی لمس میں تبدیل ہو جاتا ہے۔امریکی اخبارات کے ناشرین کی انجمن "امریکن نیوز پیپر پبلشرز ایسوسی ایشن" American Newspaper Publishers Association کے ادارۂ تحقیق Research Institute نے ایک ہدایت نامہ شائع کیا ہے جس میں صحافت سے متعلق استعمال ہونے والے تمام

برقی آلات کے حالات درج ہیں۔اس کتاب کا نام ''الیکٹرانک کاپی ہینڈلنگ ------------------ اے پرائمر'' Electronic copyhandling---------- A Primer وی،ڈی،ٹی ظاہری صورت میں ایک ٹائپ رائٹر کی طرح دکھائی دیتا ہے۔اس کا ''کی بورڈ'' Keyboad بھی عام ٹائپ رائٹر کے ''کی بورڈ'' سے کافی مماثلت رکھتا ہے۔ٹائپ رائٹر میں ٹائپ کے لیے کاغذ رکھا جاتا ہے مگر وی،ڈی،ٹی میں کاغذ نہیں رکھا جاتا۔جب ''کی بورڈ'' پر نتجبہ یا مطلوبہ ''کی'' Key پر انگلیاں ہلکے سے گھمائی جاتی ہیں تو الفاظ ایک چھوٹے سے پردے پر نمایاں ہوتے ہیں۔یہ پردہ عام ٹیلی ویژن کے پردے جیسا ہوتا ہے۔پردہ ایک ٹیوب کی مدد سے کام کرتا ہے اور اسی کی وجہ سے اسے ''سی،آر،ٹی'' یعنی ''کیتھوڈ رے ٹیوب'' Cathode Ray Tube بھی کہا جاتا ہے۔اس ٹیلی ویژن جیسے پردے پر نامہ نگار حروف یا الفاظ ایسے دیکھ سکتا ہے جیسے ٹائپ رائٹر میں کاغذ پر مرقوم ہوا کرتی ہیں۔''کی بورڈ'' Keyboard کی مدد سے نامہ نگار اپنا تحریر کردہ سارا مسودہ اس پردے پر دیکھ سکتا ہے۔

کی بورڈ ہی کی مدد سے نامہ نگار کسی بھی غیر ضروری حرف کو نکال سکتا ہے۔کسی عبارت کو تبدیل کرسکتا ہے،کسی جملہ کی ضروری تصحیح کرسکتا ہے۔پیراگراف میں دل پسند کمی بیشی لائی جاسکتی ہے۔کسی بھی مسودہ کی صحت کا کام لمحوں میں ہونا ممکن اور سہل ہے۔نتیجہ میں مسودہ تمام اغلاط سے پاک ہوتا ہے اور اس میں کمال درجہ صفائی اور عمدگی آجاتی ہے۔مسودہ کی تیاری ختم ہوتے ہی اسے کمپیوٹر کے ذریعہ ہی کمپوزنگ

روم میں منتقل کر دینے کا اہتمام ہے اور آن کی آن میں مسودہ کمپوزنگ کے لیے پہنچ جاتا ہے۔ ضرورت ہو تو اس مسودہ کو حرف بہ حرف کمپیوٹر کے ''یادداشتی خزانہ'' Memory میں محفوظ بھی کر لیا جاتا ہے تاکہ بوقتِ ضرورت اس سے دوبارہ کام لیا جائے۔ وی ڈی ٹی کے نئے نئے ماڈل بازار میں آتے رہتے ہیں اور ہر نئے ماڈل میں کچھ نہ کچھ بہتری یا سہولت کا اہتمام رہتا ہے۔

اس بات سے انکار ہی نہیں کیا جا سکتا کہ نئی تکنالوجی کی مدد سے آج کل عمدہ اخبار شائع ہو رہے ہیں اور صحافت کے کاروبار میں جدت اور توانائی آ گئی ہے۔ انگریزی اخبارات آج کل عام اغلاط سے مبرا ہیں۔ عربی زبان کے اخبارات بھی جدید تکنیکی آلات سے خاطر خواہ مستفید ہو رہے ہیں۔ صرف نامہ نگاروں ہی میں نہیں بلکہ مدیروں اور اخبارات میں کام کرنے والے کئی کارکنوں کی سرگرمیوں میں بھی نئی ایجادات سے سہولت آ گئی ہے۔ نائب مدیروں کا کام تو بہت زیادہ آسان ہو گیا ہے اور انہیں مختلف خبر رساں ایجنسیوں سے آئی ہوئی خبروں کے تقابلی مطالعہ کی سہولت حاصل ہو گئی ہے۔

تصویریں جمع کرنے، منتخب کرنے اور شائع کرنے میں بھی کئی ترقی یافتہ طریقے رائج ہو گئے ہیں۔ کمپیوٹروں کی مدد سے حوالہ جاتی مواد کے ذخیرے جمع کرنے اور جلد سے جلد مطلوبہ معلومات کو حاصل کرنے کے ذرائع بہت کشادہ اور اطمینان بخش ہو گئے ہیں۔ عدالتی کارروائیوں اور قانون ساز اداروں میں ہونے والی کارروائیوں کی تفصیلات جمع کرنے اور ان کا تجزیہ کرنے میں بھی کمپیوٹروں کا استعمال بڑھتا جا

رہا ہے۔ آج کل کمپیوٹر کسی بھی مسودہ کو ''پڑھ'' کر یہ رائے دینے لگے ہیں کہ مواد کس قدر ''قابلِ مطالعہ'' ہے۔ یہ جواب بھی ملتا ہے کہ مواد ''آسانی'' سے پڑھا جا سکتا ہے یا نہیں اور یہ بھی کہ مواد ''قابلِ فہم'' ہے یا نہیں۔ نامہ نگاروں کی کارگزاریوں کی رپورٹ بھی کمپیوٹر کے ذریعہ تیار کر لی جاتی ہے۔ پروف پڑھنے کی زحمتوں سے نجات پانے کے لیے کمپیوٹروں کا سہارا لیا جا رہا ہے۔

کمپیوٹر تیار کرنے والے ادارے اس کوشش میں ہیں کہ ہر اُس بڑے مقام پر جہاں اخبارات کی تعداد زیادہ ہے کمپیوٹر مراکز قائم کر دیے جائیں تاکہ اخبارات کو کمپیوٹر کی خدمات سے زیادہ سے زیادہ مستفیض ہونے کے مواقع حاصل رہیں۔ ایسے اہتمام ہو رہے ہیں کہ اہم اشاعتی مراکز میں کمپیوٹر کی تمام تر آسانیاں فراہم ہوں تاکہ زیادہ سے زیادہ اخبارات کمپیوٹر سے حاصل ہونے والی مختلف النوع خدمات کا بھرپور فائدہ اٹھا سکیں۔ کمپیوٹر کی خدمات کو ارزاں سے ارزاں بنانے پر بھی توجہ صرف کی جا رہی ہے۔

حالات کا تقاضہ ہے کہ کمپیوٹر کا استعمال عام ہو۔ ساتھ ہی یہ خوف بھی ہے کہ کمپیوٹروں پر زیادہ تر انحصار سے نامہ نگاروں کی انفرادی اہمیت ختم ہوتی جائے گی۔ بہتر صورت یہ نظر آتی ہے کہ انسانی سعی اور کمپیوٹر کی مدد میں ایک توازن رہے تاکہ انسانی قوتوں سے بھی استفادہ جاری رہے اور کمپیوٹر کی طاقت سے بھی ضروری فوائد کا سلسلہ قائم رہے۔

اختتام۔۔۔۔۔۔۔۔۔۔۔۔۔۔۔۔۔۔۔۔۔حصہ اول

حصہ سوم

اخباری تحریر

باب 9

اخباری تحریر کی خصوصیات

کسی بھی صحافی کے لیے زبان کی صحت بہت ضروری ہے۔ وہ قواعد سے واقف ہو۔ صحیح ہجوں کے ساتھ زبان تحریر کرے۔ جملوں کی ساخت میں لغزش کر کے، یا صرف ونحو کے اصولوں کی خلاف ورزی کر کے یا من مانی زبان لکھ کر کوئی بھی صحافی اپنا رنگ نہیں جما سکتا۔ صحافی زبان درست ہو، عام فہم ہو اور جہاں تک ممکن ہو بے داغ ہو۔

اخباری زبان

اگر کسی صحافی کو کسی زبان کے قواعد سے کما حقہ، واقفیت نہیں ہے تو وہ کسی بھی وقت قواعدِ زبان کی کسی مستند کتاب کا مطالعہ کر کے اپنی معلومات میں اضافہ کر سکتا ہے۔ بابائے اردو مولوی عبدالحق کی قواعد اردو کے مطالعہ کی سفارش کی جاتی ہے۔ بعض یہ سمجھتے ہیں کہ ابتدائی، ثانوی یا فوقانیہ مدارس میں جو قواعد پڑھی یا پڑھائی گئی اس کا اطلاق آج کی روزمرہ استعمال ہونے والی زبان کے لیے ضروری نہیں۔ یہ ایک غلط خیال ہے۔ کسی بھی زبان کے فروغ اور صحت مندانہ استعمال کے لیے قواعد کی پابندی ازبس ضروری ہے۔ قواعد کے مطالعہ سے نہ کوئی نقصان ہوتا ہے اور نہ

قواعد کی پابندی سے زبان کے معیار میں پستی آتی ہے۔

اخبار عام قارئین کے لیے ترتیب دیا جاتا ہے۔ حالانکہ زیادہ تعلیم یافتہ اور دانشور بھی اسی اخبار کا مطالعہ کرتے ہیں مگر یہ طے ہے کہ جو زبان عام قاری سمجھ سکتا ہے وہ اعلیٰ تعلیم یافتہ طبقہ کے لیے بیزار کن یا نا قابلِ قبول نہیں ہے۔ صحافی کا فرض ہے کہ وہ وہی الفاظ اور اصطلاحات زیادہ سے زیادہ استعمال کرے جو متعلقہ زبان کے عام قارئین بڑی آسانی کے ساتھ پڑھ اور سمجھ سکتے ہیں۔ روزانہ اخبار عام مطالعہ کی شے ہے اور اسے ہم تحقیقی مقالہ کی صورت میں پیش کرنے کی غلطی نہیں کر سکتے۔ آسان لفظ کو دقیق لفظ پر ترجیح دی جائے۔ عام فہم لفظ کو منتخب کر کے خالص ادبی یا تکنیکی لفظ سے پرہیز کیا جائے۔ مبہم الفاظ سے احتراز بہت ضروری ہے۔ اخباری زبان ہر لحاظ سے قابلِ فہم ہو۔ ایسے ثقیل الفاظ یا سکڑے ہوئے الفاظ استعمال نہ کیے جائیں جس سے عام قاری کی پڑھائی میں خلل پڑے۔ مروج اصطلاحات ہی کو جگہ دی جائے۔ الفاظ تیز یا روکھے نہ ہوں۔ جملے بھی مختصر ہوں۔ جملوں کی ساخت میں پھرتیلا پن دکھایا جائے۔ انگریزی الفاظ یا غیر معروف نام اور ذو معنی الفاظ لکھتے وقت زیر، زبر اور پیش کے استعمال سے الفاظ کو وضاحت بخشی جائے۔

ریڈیو ٹیلی ویژن اور فلموں کے لیے تحریری ذمہ داریاں قبول کرنے کے لیے خصوصی اہلیتوں کی سخت ضرورت ہے اور یہ عام یقین ہے کہ اخباری تحریر کی باریکیوں سے متعارف شخص بڑی آسانی اور اعتماد سے کسی بھی ذریعۂ ابلاغ کے لیے قلم

استعمال کر سکتا ہے۔ اخبار نویسی کی تربیت کی قوت پر مصنف ہر شعبہ ادب میں اپنی قسمت آزمائی کر کے بے پایاں کامیابی حاصل کر سکتا ہے۔

اخباری زبان کا بہ یک وقت قوی اور مؤثر ہونا ضروری ہے۔ اخباری زبان کسی بھی صورت میں پھیکی اور سست نہ ہو۔ زبان ایسی آسان اور ملائم ہو کہ سہولت، مستعدی اور دلچسپی سے پڑھی جا سکے۔ اخبارات عوام کے معلم کہے جاتے ہیں مگر یہ مشاہدہ ہے کہ ہمارے معلمین اچھی تحریری قابلیتوں کے مالک نہیں ہوتے۔ مگر اخبار نویس کو ایک بہترین معلم کی ذمہ داری انجام دیتے ہوئے اپنے قلم کی جولانی کا مظاہرہ کرنا ہوتا ہے۔ اخبار نویسی کے ذریعہ کسی بھی زبان کو زیادہ فہمیدہ اور ترقی پذیر بنانا سہل ہے۔ انگریزی زبان کے کئی مقبول ترین ادیب روزانہ اخبارات میں مطبوعہ خصوصی مضامین کی وجہ زیادہ مقبول ہوئے۔ اردو زبان کے کئی ادیب بھی اخبارات کی راہ سے ہی ادبی میدان میں نامور ہوئے مثلاً مولانا ابوالکلام آزاد، مولانا ظفر علی خاں، محمد علی جوہر، نسیم انہونوی، شوکت تھانوی، رئیس امروہوی وغیرہ۔

ادبی زبان فکر انگیز، خوب صورت، امتیاز اور جاذبِ نظر ہوتی ہے، جب کہ اخباری زبان پر لطف، معلوماتی، جامع، سلیس اور عام فہم ہوتی ہے۔

اخبارات چھوٹے چھوٹے پیراگراف پسند کرتے ہیں۔ عموماً کسی بھی پیراگراف میں چار یا چھ سطریں دی جاتی ہیں۔ طویل پیراگراف خصوصی مقامات میں بھی حذف کر دیے جاتے ہیں۔ اخبار کا صفحہ حروف کا جنگل دکھائی نہ دے ایسی احتیاط برتی جاتی ہے۔ اخبار کی سطریں بھی حتی الامکان مختصر لکھی جاتی ہیں۔ تخلیقی

ادب لکھنے والے ایک ایک جملہ میں چالیس سے لے کر ایک سو الفاظ تک استعمال کر ڈالتے ہیں۔ اخبارات میں طویل سطور کو جگہ نہیں دی جاتی۔ صحافیانہ زبان ہمیشہ چست اور عام فہم ہوتی ہے۔ طویل جملہ میں اکثر صحیح معنوں کی فوری صراحت نہیں ہوتی۔ دنیا کی ہر زبان کے اخبارات مختصر جملوں ہی کے اصول پر برسوں سے عمل کرتے آئے ہیں۔ جملوں کی طوالت میں زیادہ وقت لگتا ہے جس سے لکھنے والے اور پڑھنے والے دونوں کو کوفت ہوتی ہے۔

تقریباً ہر زبان میں کسی بات کا مطلب ادا کرنے کے لیے ایک طویل لفظ کے لیے کم از کم مختصر لفظ مل جاتا ہے بشرطیکہ لکھنے والا زبان پر حاوی ہو۔ مثلاً:

طویل	مختصر	طویل	مختصر
ڈالی	شاخ	متوازی	ہمسر
بے پرواہی	غفلت	ناپائدار	کمزور
التوا	وقفہ	خوش اسلوبی	حسن
واقفیت	علم	استدعا	منت
فضول گوئی	بکواس	موجب نقصان	مضر

اسی طرح ہر زبان میں ایک دقیق لفظ کی جگہ ذرا سی کوشش سے آسان لفظ ڈھونڈا جا سکتا ہے جس کے استعمال سے اخباری زبان زیادہ قابل قبول ہوسکتی ہے۔

مثلاً:

دقیق	آسان	دقیق	آسان

قوی عضو	ہٹا کٹا		
ممکن السمع	جو سنی جا سکے	پیمائش کرنا	ناپنا
منسوخ	رد	بعید القیاس	سمجھ سے باہر
خنک	ٹھنڈا	ہم وزن کرنا	تولنا
بیخ کنی کرنا	ہلاک کرنا	عمیق	گہرا

اخبارات کے لیے بعض مواد آسان زبان میں لکھنا پڑتا ہے اور بعض مواد میں بلاغت استعمال کرنی ہوتی ہے۔ ذو معنی اور مشتبہ الفاظ کا استعمال اخبار میں ہرگز نہ کیا جائے۔ پامال جملوں اور فرسودہ فقروں سے ہر ممکنہ احتراز ضروری ہے

سلاست اور روانی

سلیس زبان میں لکھنا مقابلتاً مشکل کوشش ہے۔ اخبارات کے ناشر اور مدیر ہمیشہ اخبارات کے لیے پیوستہ طرز تحریر، مفرد جملوں اور سادگی پر اصرار کرتے ہیں۔ توجہ سے لکھے جائیں تو سادہ الفاظ میں بھی شیرینی، روانی، شستگی اور شگفتگی ہوتی ہے۔ یہ ایک غلط خیال ہے کہ سادگی میں حسن نہیں ہوتا۔ سادہ تحریر میں بھی ہنر مندی سے تناسب لایا جا سکتا ہے۔ جملوں میں سادہ الفاظ کی چست بندش سے بھی دلپذیری لائی جا سکتی ہے۔ صرف یہ لحاظ رکھا جائے کہ زبان با محاورہ ہو اور پڑھنے والے کو کسی لفظ کا مفہوم جاننے کے لیے لغت کا سہارا لینا پڑے۔ الفاظ پھولوں کی طرح ہیں۔ گل چیں پھول چن کر ایک حسین ہار بنا سکتا ہے یا ایک خوب صورت گلدستہ تیار کر

سکتا ہے۔زبان کی روانی اسی وقت ممکن ہے جب لکھنے والا یقین اور اعتماد کے ساتھ سب رموزوں الفاظ استعمال کرتا ہے۔الفاظ برمحل ہوں اور سلاست کا اہتمام کیا گیا ہوتو مطالعہ میں خوذبخو د روانی پیدا ہو جاتی ہے۔ذہنی یا خیالی یا پیچیدہ لفظ کے بجائے محسوس، موجود اور ٹھوس لفظ استعمال کیا جائے۔حقیقت نگاری کے لیے حقیقی الفاظ ہی کا انتخاب افضل ہے۔نظریات کی وضاحت کے لیے بھی جہاں تک ہو سکے سادہ الفاظ اور جلد سمجھ میں آنے والے اشارے تحریر کیے جائیں تا کہ قاری اپنے ذہن پر بار محسوس نہ کرے۔صحافی کا خزانہ الفاظ Vocabulary جتنا وسیع ہوگا اتنی ہی آسانی اسے حکایتی طرزِ بیان میں ہوگی۔جتنا تجربہ بڑھتا ہے اتنا خزانہ الفاظ میں بتدریج اضافہ ہوتا جاتا ہے۔الفاظ کو بھی ستاروں کی طرح چمکایا جا سکتا ہے۔تحریر میں الفاظ کو اس طرح ترتیب دیا جا سکتا ہے کہ پڑھتے وقت ایسے محسوس ہو جیسے ہمارے کانوں میں سریلی آواز کے ساتھ گھنٹیاں بج رہی ہیں۔الفاظ ہی میں وہ گرج پیدا کی جاسکتی ہے کہ پڑھنے والا یہ سمجھے کہ اخبار کا صفحہ ہی چیخ چیخ کر کچھ کہہ رہا ہے۔الفاظ پُردرد ہوں تو قاری کی آنکھ سے آنسو بہہ نکلتے ہیں۔حیرانی اور پریشانی بڑھانے کے لیے بھی الفاظ طاقتور ثابت ہوتے ہیں۔الفاظ کا اپنا ایک خصوصی سحر ہوتا ہے۔موزوں الفاظ کے استعمال سے ایسے لطیفے مرتب ہو سکتے ہیں کہ قاری قہقہہ لگاتے لگاتے اپنے پیٹ پکڑ لیں۔غرض الفاظ کی افادیت سے کافی استعفادہ کیا جا سکتا ہے۔صحافت کے چمن زار میں الفاظ ہی کی جلوہ طرازی کارفرما رہتی ہے۔

ادب اور صحافت

تحریر ایک آلہ ہے کھلونا نہیں۔ لکھنے والے بے پرواہی سے لکھیں یا کوئی بھی چیز محنت اور مہارت سے لکھیں مگر ضروری ہے کہ وہ ایک مقصد کو سامنے رکھ کر قلم اٹھائیں۔ ہر مصنف کی نیت یہ ہوتی ہے کہ وہ دوسروں سے مخاطب ہو۔ ہر تحریری مصروفیت کی یہ غایت ہوتی ہے کہ خیالات ایک دوسرے تک پہنچیں۔ منشا یہ ہوتا ہے کہ ہمارے تجربات کا علم دوسروں کو بھی ہو۔ صداقت کو آشکارا کرنے کے لیے تحریر کا سہارا لیا جاتا ہے۔ فکری تانے بانے لے کر یا چند حقائق کے ساتھ یا اپنے احساسات اور جذبات سمیت ہر لکھنے والا اپنی دماغی کاوش کا نتیجہ قلم کی مدد سے کاغذ پر منتقل کرتا ہے اور اس یقین کے ساتھ کہ جو کچھ اس کے قلم سے سادہ صفحہ پر لکھا جا رہا ہے وہ دیگر نظروں سے ضرور گزرے گا۔ لکھنے والا یہ جانتا ہے کہ اس کی تحریر کا اثر براہ راست یا بالراست دیگر دلوں اور دماغوں پر ہونے والا ہے۔ اپنے افکار کو دوسروں تک لے جانے کے لیے مصنف کبھی شاعرانہ نثر میں لکھتا ہے اور کبھی ایسی نثر لکھتا ہے جس میں الفاظ کے جوڑ توڑ سے ہی ایک نغمگی پیدا ہو جاتی ہے۔

مشاہدہ ہے کہ تحریر کے ذریعہ لکھنے والے اور پڑھنے والے کے درمیان جو فاصلہ رہتا ہے وہ خوشگوار حد تک ختم ہو جاتا ہے۔ قلم کے ذریعہ کبھی دماغی قوتوں کو چھیڑا جاتا ہے تو کبھی احساس کے آبگینوں کو جان بوجھ کر ٹھیس لگائی جاتی ہے۔ لکھنے والا کبھی اطلاعات فراہم کرتا ہے تو کبھی قارئین کے اندازِ فکر پر حاوی ہونے کی کامیاب کوشش کرتا ہے۔ پڑھنے والوں کی تفریح کے لیے یا ہنسنے ہنسانے کے لیے بھی قلم

سے مناسب کام لینے والوں کی کمی نہیں۔ مؤثر تحریر کے ذریعہ قارئین پر قلم کار کا رسوخ قائم اور مستحکم رہتا ہے۔ بیشتر اوقات تحریر کی مدد سے عوام کو کسی خاص تحریک کی حمایت پر اکسایا جاتا ہے۔

صحافی تحریر ہمیشہ ''اندرونی'' یا ''داخلی'' کہی جاسکتی ہے کیونکہ اس میں ''خارجی'' تاثرات نہ ہونے کے برابر ہوتے ہیں۔ ڈرامہ نویسی، افسانہ نگاری یا ناول نویسی میں اصول پسندی پر جتنا زور دیا جاتا ہے وہ صحافت میں شدت کے ساتھ نہیں پایا جاتا۔ صحافی ہمیشہ لکھتے رہتے ہیں اور ہر نوعیت کے لوگوں کے لیے لکھتے رہتے ہیں۔ عمومی طور پر صحافیوں کے لیے سخت ترین قاعدے نافذ کیے جاتے۔ اخبار نویسی کے لیے اکثر و بیشتر بنیادی ہدایات پر عمل کرنے کے لیے اصرار کیا جاتا ہے۔ ادیب کے مقابلہ میں صحافی کو زیادہ آزادی نصیب رہتی ہے۔

ادیب بعض اوقات یا ہمیشہ ایک محدود طبقہ کو نظر میں رکھ کر اپنا قلم استعمال کرتا ہے جبکہ صحافی کا دائرہ لامحدود ہوتا ہے۔ صحافی کو عام قبولیت کی خاطر تمام حالات اور واقعات کچھ اس انداز سے تحریر کرنے پڑتے ہیں کہ معمولی سے معمولی علمی استعداد رکھنے والے کی سمجھ میں بھی بات آئے اور پوری آسانی کے ساتھ آئے۔ اس طرح صحافیانہ تحریر میں سادگی، سلاست اور راست بیانی پر زیادہ زور دیا جاتا ہے۔

بات نئی ہو یا پرانی صحافی یہ بات اپنے قارئین کو سمجھانے سے دلچسپی رکھتا ہے۔ وہ سیدھے سادھے الفاظ میں، کم سے کم جگہ میں اور بغیر کسی توڑ مروڑ کے ہر بات اپنے قاری کو سمجھانے کی کوشش کرتا ہے۔ اسی لیے اخبار نویس عام فہم الفاظ اور بڑی

آسانی سے سمجھ میں آ جانے والی تحریر کا زیادہ سہارا لیتے ہیں۔ مدیر یا مترجم کا یہی منشا ہوتا ہے کہ اس کا اوسط قاری خبر یا اداریہ کو بغیر کسی خاص دقت کے پڑھ اور سمجھ لے۔

مصنفین لکھتے رہتے ہیں اور انہیں لکھتے بھی رہنا چاہیے کیونکہ ان کے پاس کہنے کے لیے کچھ نہ کچھ مواد ہے، خیالات ہیں، نظریات ہیں اور وہ اپنے مشاہدات کو الفاظ کے قالب میں ڈھالنا چاہتے ہیں۔ وہ اپنے تفکر، احساسات، جذبات اور آنکھوں دیکھے واقعات کو عوام تک پھیلانے کے لیے بے قرار رہتے ہیں۔ ناول، ڈرامہ، افسانہ یا شعر لکھنے والے نئے الفاظ تراشتے ہیں، نئے عکس مرتب کرتے ہیں، دلچسپ کرداروں کی تخلیق کرتے ہیں جن کے ذریعہ وہ ماحول کی نباضی اور عکاسی کا بیڑہ اٹھاتے ہیں۔ سوانح نویس اور مورخ ماضی کی دنیا میں کھو کر عصری دنیا کو گزشتہ واقعات کا آئینہ دکھانا چاہتے ہیں۔ وہ سابقہ تہذیبی حالات کی تصویر دوبارہ منعکس کرتے ہیں جس کے لیے وہ آثارِ قدیمہ کے دروازوں، دریچوں، دالانوں اور صحنوں کی خاک چھانتے ہیں، پوشیدہ ادبی خزانوں سے الفاظ چن چن کر انہیں ہیروں کی طرح قارئین کے سامنے چمکاتے ہیں، ہمعصر زندگی کے پس منظر میں کتابیں لکھنے والے مصنف بھی دور کی کوڑیاں لانے سے زیادہ دلچسپی لیتے ہیں۔

صحافی افسانہ نگاروں اور ناول نویسوں کی طرح تخیلات کی دنیا مین پرواز نہیں کرتے، وہ حقائق سے قریب رہتے ہیں۔ وہ چشم دید حالات سے تعلق رکھتے ہیں۔ وہ زماں و مکاں سے قربت کے قائل ہیں۔ صحافی بھی نظریات اور خیالات کی ترجمانی کرتے ہیں مگر ایسے نظریات کا جدید اور تازہ ہونا بہت ضروری ہوتا ہے۔ وہ

ماضی سے زیادہ حال اور مستقبل کے مورخ ہوتے ہیں۔ سائنس داں اپنی تحقیقات کے لیے لیبارٹری Laboratory میں مصروف رہتے ہیں۔ صحافی کا میدانِ عمل ''ساری دنیا'' ہے اور ان کے تجربات کا محور ''ساری زندگی'' ہے۔

ادب کی تخلیق سے ادیب کو آسودگی اور طمانیت حاصل ہوتی ہے۔ صحافت کی مصروفیت سے صحافی کو صرف روزمرہ کے فرائض کی سبکدوشی سے تشفی ہوتی ہے۔ ادیب ماحول کا پردردہ ہے تو صحافی ماحول کا سچا ترجمان ہے۔ ادب کی دنیا محسوسات کی دنیا کہی جاسکتی ہے جبکہ صحافت کی دنیا میں احساسات اور جذبات کو سرسری طور پر نمایاں کیا جاتا ہے۔ ادب میں قاری کے حواس و احساسات کی تسکین ممکن ہے مگر صحافت میں صحافی کے احساسات و جذبات کی کارفرمائی بہت کم رہتی ہے۔ ادب کے ذریعہ قاری کی حسیات میں ہلچل مچائی جاسکتی ہے جب کہ صحافت کے ذریعہ قاری کی عام معلومات میں اضافہ کیا جاتا ہے۔ ادب میں عقل و فکر اور دلائل کی اہمیت ہے جبکہ صحافت میں واقعات کے تسلسل کو زیادہ فوقیت دی جاتی ہے۔ ادب میں جمالیاتی جبلتیں موجزن رہتی ہیں۔ صحافت میں جمالیاتی حس دبی ہوئی رہتی ہے۔ صحافتی تحریر سے قاری کے سازِ دل میں ارتعاش پیدا نہیں ہوتا جبکہ ادب کے قاری پر ہمیشہ ایک خاص نفسیاتی کیفیت ضرور طاری ہوتی ہے۔ ادیب ایک مخصوص قسم کی ادبی چاشنی سے قاری کو محظوظ کرتا ہے جبکہ صحافی ذریعۂ اظہار کا زیادہ ماہر ہوتا ہے۔ صحافی اور ادیب دونوں الفاظ کے جادوگر ہوتے ہیں۔ ادیب ادائے مطلب کے ساتھ ساتھ طرزِ ادا کو بھی اہمیت دیتا ہے جبکہ صحافی نغمگی سے زیادہ صاف گوئی

اہم سمجھتا ہے۔ ادبی تحریر میں ایمائیت، رمزیت، حسن گوئی، بے باکی، روانی، سہل نگاری اور اختصار نویسی کے اجزا جلوہ فگن رہتے ہیں۔ ادب میں میں دروں بینی اور بصیرت ہوتی ہے۔ صحافت میں حقائق کی سطح پر واقعات کو من وعن بیان کرنے کی کیفیت زیادہ ہوا کرتی ہے۔ ہر ادیب ایک انفرادی لہجہ اختیار کرنے کا آرزومند رہتا ہے۔ جب کہ صحافی وسیلۂ اظہار کو ترجیح دیتا ہے۔ ادب اذہان پر گہری چھاپ چھوڑنے کی سعی کرتا ہے جب کہ صحافت میں ترسیل وابلاغ کی صلاحیت کو کامیابی سے بروئے کار لایا جاتا ہے۔

صحافتی تحریروں کے لیے اہم نکات

☆ ہمیشہ سادہ اور سلیس الفاظ کا استعمال کیجیے۔

☆ کسی بھی جملے کی طوالت کو حتی الامکان کم کرنے کی سعی کیجیے۔

☆ مقررہ الفاظ کو مستعدی سے تلاش کیجیے۔

☆ اپنی ہر تحری کو رنگ روپ بخشیے۔

☆ اسلوب بیان کے اصولوں کو فراموش نہ کیجیے۔

☆ غیر علمی اور غیر مروج الفاظ کا استعمال ہرگز نہ کیجیے۔

☆ متروکہ عبارتوں اور گھسے پٹے جملوں سے پرہیز کیجیے۔

☆ خبریں تحریر کرتے وقت اپنی رائے اس میں شامل مت کیجیے۔

تحریر میں فضیلت کیسے لائی جائے؟

اچھی تحریر وہ ہے جس میں سادگی اور صفائی ہے۔ اس میں ایسے الفاظ لائے جائیں جن سے قاری کے ذہن میں ہر وہ بات آسانی سے آ جائے جو مصنف کہنا چاہتا ہے۔ کسی بھی تحریر میں اسلوب کی بڑی اہمیت ہوتی ہے۔ تمام نکات ایک تسلسل اور سلیقہ سے پیش کیے جانے چاہئیں۔ بے ترتیبی ہو تو مفہوم کیا خاک سمجھ میں آئے گا؟ جس طرح ایک تعمیری مزدور کام شروع کرنے سے پہلے معمار کے بنائے ہوئے نقشہ Plan کا گہرا مطالعہ کرتا ہے یا جس طرح ایک نجار Carpenter اپنی آری اور ہتھوڑی چلانے سے پہلے میز یا کرسی کے نمونے کی ڈرائنگ غور سے دیکھتا ہے۔ مصنف بھی اپنی تحریر سے قبل ایک خاکہ ذہن میں بنائے اور ضروری نکات کاغذ پر بھی لکھ لے۔ ہر اہم کام منصوبہ بندی اور معقول تیاری کی راہوں سے آگے بڑھ کر ہی جامعیت اور فضیلت سے ہمکنار ہوتا ہے۔ اگر خاکہ ہی میں ضروری ترمیم اور تصحیح کر لی جائے تو اصل تحریر کے دوران زیادہ کڑے مسائل کا سامنا نہیں ہوا کرتا۔ دیگر مسودات کی تیاری کے مقابلے میں اخبار کے مسودات عجلت میں تیار ہوتے ہیں لیکن صحیح خطوط پر کام کیا جائے تو ہر نتیجہ خاطر خواہ ہوتا ہے۔ تیز رفتاری کی اہمیت اپنی جگہ باقی رہتی ہے مگر کسی بھی مسودہ کی صحت اور عمدگی سے بھی غفلت نہیں برتی جا سکتی۔

جب کسی بھی خبر یا تبصرہ یا افسانہ یا ناول کے لیے بنیادی مواد جمع ہو جاتا ہے تو صحافی یا مصنف اپنی ضرورت کے مطابق مواد ترتیب دیتا ہے۔ تحریری ترتیب کی بھی کئی اقسام ہیں مثلاً قدرتی ترتیب، منطقی ترتیب وغیرہ۔

تحریر کے ذریعہ معجزے رونما ہو سکتے ہیں۔تجارت اور صنعت و حرفت کے میدانوں میں بھی تحریر کی بڑی اہمیت ہے جنگ اور امن دونوں زمانوں میں تحریر کی کارفرمائی رہتی ہے۔ جہاں تک بنیادی ڈھانچہ کا تعلق ہے۔صحافیانہ تحریر اور دیگر تحریرات میں کافی مماثلت پائی جاتی ہے۔ ہر تحریر میں الفاظ،فقرے، سطر، پیرا گراف رہتے ہیں مگر تحریر میں کبھی داستان گوئی کا پہلو جھلک سکتا ہے تو کبھی منظر نگاری کا،کبھی تحریر انکشافی ہوتی ہے تو کبھی دلالت کا عنصر لیے ہوتی ہے مگر تحریر جب اختصار، تیزی اور شگفتگی سے قلم بند کی جاتی ہے تو وہ زیادہ پسندیدہ اور موثر بن جاتی ہے۔تحریر صحیح، بلیغ، باقاعدہ، باضابطہ، باسلیقہ اور روانی مائل ہو تو اس کی عمدگی کی ہر کوئی تعریف کرنے پر مجبور ہو جائے گا۔جب سے تحریر اس دنیا میں آتی ہے اس میں تجربات ہوتے رہے ہیں۔اردو زبان میں بھی اسلوب بیان اور اثر کو بہتر بنانے کے لیے مسلسل تجربات ہو رہے ہیں۔اردو تحریر مسلسل ترقی کے منازل طے کر رہی ہے۔ ہمارے ادبار، شعراء اور اخبار نویسوں نے اردو تحریر کو نکھارنے میں اہم اور یادگار خدمات انجام دی ہیں۔

☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆

باب 10

اخباری فیچر

فیچر والے مضامین مغربی ممالک میں کافی مقبول ہیں مگر ہندوستان میں ان کی مقبولیت کی رفتار ذرا دھیمی ہے، حالانکہ انگریزی اخبارات کے ہفت روزہ میگزین (ضمیمے) ایسے دلچسپ مضامین کو اہمیت دیتے آئے ہیں۔فیچر اور مضمون میں کافی فرق ہے۔فیچر کی اپنی علیحدہ خصوصیات ہیں۔خصوصی مضامین اور فیچر دونوں خبروں کے زمرے میں نہیں آتے۔دونوں نثر نگاری کا اعلیٰ نمونہ ہوتے ہیں۔کبھی کبھی ایسا بھی ہوتا ہے کہ فیچر ایک خصوصی مضمون دکھائی دیتا ہے اور خصوصی مضمون میں فیچر کی وضع قطع نظر آجاتی ہے۔قارئین کے علاوہ مدیران بھی بعض اوقات خصوصی مضمون اور فیچر کے درمیان خطِ تفریق کھینچنے میں مشکل محسوس کرتے ہیں۔کچھ موضوع ایسے ہوتے ہیں جن پر فیچر لکھنے کی سعی کی جاتی ہے تو وہ ایک اچھے خصوصی مضمون کی شکل و صورت اختیار کر لیتے ہیں اور کسی موضوع پر محنت سے ایک مختصر مضمون لکھا جاتا ہے تو وہ فیچر کی شکل اختیار کر لیتا ہے۔

کسی ایک خصوصی مضمون کو لکھنے کے لیے مستند کتابوں کے مطالعہ کی ضرورت ہوتی ہے تاکہ پس منظر زیادہ صحت اور عمدگی کے ساتھ پیش کیا جائے، اعداد و شمار جمع کرتے وقت کافی احتیاط کی ضرورت ہوتی ہے۔مگر فیچر لکھنے کے لیے آنکھوں اور

کانوں کے صحیح استعمال کی زیادہ ضرورت اور اہمیت ہوتی ہے یعنی صحافی کا مشاہدہ گہرا ہو اور کان تیز ہوں تو فیچر لکھنے کے لیے کئی عنوان مل سکتے ہیں۔ مضامین کی طرح فیچر میں حقائق، تازہ اعداد و شمار اور تحقیقی مواد کی بہت کم ضرورت ہوتی ہے۔ فیچر ایک ہلکا پھلکا مضمون ہوتا ہے جس میں کسی شے یا فرد یا ادارہ پر ضروری روشنی ڈالی جاتی ہے یا صحافی کے مشاہدات کے اشارے ہوتے ہیں۔ اس کا یہ مطلب نہیں کہ فیچر بڑی آسانی سے تحریر ہو جاتا ہے۔ غور سے دیکھا جائے تو عام مضمون لکھنا آسان اور فیچر تیار کرنا دشوار ہے۔ فیچر کی تحریر میں طرز نو کی ضرورت ہوتی ہے۔ مضمون میں سنجیدگی کا عنصر رہتا ہے جبکہ فیچر میں تفریح کی جانب زیادہ میلان ہوتا ہے۔ مضمون میں بھاری بھرکم پن کا لحاظ رکھا جاتا ہے جبکہ فیچر میں بات لطیف مگر چست و چالاک ہوتی ہے۔

مضمون اور فیچر میں بنیادی ''آمد'' Approach کا ہوتا ہے۔ صحافی کی اہلیت پر فیچر کی کامیابی کا انحصار ہوتا ہے۔ صحافی یہ فیصلہ کر لیتا ہے کہ فلاں عنوان کے ساتھ ایک خصوصی مضمون بہتر رہے گا یا فیچر۔ کچھ موضوع ایسے ہوتے ہیں جن پر فیچر نہیں لکھا جا سکتا اور کچھ موضوع ایسے ہوتے ہیں جن پر سنجیدہ مضمون کے بجائے فیچر کامیابی سے لکھا جا سکتا ہے اور قارئین سے داد بھی حاصل کی جا سکتی ہے۔ اگر صحافی یہ لکھنے کی کوشش کرے کہ ایک وزیر اعلیٰ کا اوسط دن کس طرح گزرتا ہے تو وہ مذکورہ وزیر اعلیٰ کی روزمرہ زندگی کے مختلف پہلوؤں پر روشنی ڈالنے کے لیے فیچر لکھ رہا ہے، سنجیدہ یا تحقیقی مضمون نہیں۔

کوئی بھی مضمون عموماً حقائق کا مجموعہ ہوتا ہے جس میں کسی سنجیدہ مسئلہ پر بحث

ہوتی ہے یا کسی خاص واقعہ کے متعدد پہلوؤں کا جائزہ ہوتا ہے۔ اکثر و بیشتر مضامین حد درجہ رسمی، سنجیدہ اور پُر مغز ہوتے ہیں۔ ہر مضمون میں ایک ابتدا ہوتی ہے، درمیانی مواد ہوتا ہے اور ایک روایاتی اختتام۔ فیچر میں بھی ابتدا، درمیان اور اختتام والا مواد موجود رہتا ہے مگر ایک خاص فرق کے ساتھ کبھی کبھی ایسا بھی ہوتا ہے کہ فیچر میں ابتدا ہوتی ہے اور اختتام ہوتا ہے مگر درمیانی مواد غائب رہتا ہے۔ فیچر میں انشا پردازی کے کڑا اصولوں کی سختی سے پابندی نہیں کی جاتی۔

اختصار فیچر کی روح ہے۔ طوالت کسی بھی فیچر کے لیے زہر ہے۔ فیچر جتنا مختصر ہوگا اتنا ہی دل موہ لینے والا ہوگا۔ فیچر نویسی ہمیشہ طول نویسی اور پُر نویسی کی دشمن رہی ہے۔ جہاں لفاظی آتی ہے وہاں فیچر کا لطف دھیما پڑ جاتا ہے۔ فیچر میں ایک ہی بات پر پوری توجہ صرف کی جاتی ہے اور ایک ہی خیال کو نکھارا جاتا ہے۔ فیچر کا ایک مزاج ہوتا ہے جس کی کیفیت میں ایک عجیب لطافت کا عنصر زیادہ نمایاں رہتا ہے۔ فیچر کا صحافت میں وہی مقام ہے جو اردو شاعری میں غزل کا ہے۔ جس طرح نظم، قصیدہ، مرثیہ اور مسدس کے مقابلہ میں غزل اُردو دانوں کو زیادہ پسند آتی ہے بالکل اسی طرح صحافت میں فیچر کا ایک امتیازی درجہ ہے۔ جس طرح غزل کے اشعار میں رنگینی، شستگی، شوخی اور شگفتگی ہوتی ہے فیچر میں بھی ایسی ندرت ہونی ضروری ہے کسی بھی مضمون میں مختلف کیفیات ہو سکتی ہیں مگر فیچر میں ایک ہی کیفیت کو ترجیح دی جاتی ہے۔ مضمون کئی کمروں والی ہمہ منزلہ حویلی ہے تو فیچر ایک پاک صاف خوبصورت اور آرام دہ چھوٹا سا مکان ہے۔

مضمون معلوماتی ادب کا نمائندہ ہے جبکہ فیچر تفریحی ادب کا علمبردار۔ مضمون محنت سے تو لکھے جاتے ہیں مگر کبھی کبھار مضامین کے مطالعہ سے طبیعت میں اکتاہٹ سی پیدا ہو جاتی ہے۔ فیچر لکھتے وقت اس بات کا خصوصی لحاظ رکھا جاتا ہے کہ قاری بیزار نہ ہو۔ فیچر کا دلکش، فرحت بخش اور پُرمسرت ہونا لازمی ہے۔ مضمون میں دلائل ہو سکتے ہیں، صلاح و مشورے ہو سکتے ہیں، فلسفہ ہو سکتا ہے، نتائج دیے جاتے ہیں یا فیصلہ کن اختتام ہوتے ہیں۔ فیچر میں اتنی گہری اور عالمانہ فضیات نہیں ہوتی۔ فیچر میں کسی بات کی توصیف بھی ہو سکتی ہے اور کسی بات پر اعتراض بھی ہو سکتا ہے۔ فیچر بہر حال ایک زندہ دلانہ تصنیف ہے۔

اگر کوئی صحافی جہیز کی لعنت پر خصوصی مضمون لکھنے کا ارادہ رکھتا ہے تو اسے حقائق کی تلاش میں کافی محنت کرنی پڑے گی۔ اُسے تاریخی یا عمرانی پس منظر کے لیے کئی اہم کتابوں کا گہرا مطالعہ کرنا پڑے گا۔ ماضی کے اخبارات کا جائزہ لے کر ایسی تازہ ترین خودکشی کی وارداتوں کے اعداد و شمار جمع کرنے پڑیں گے جو جہیز سے متعلق ہوں۔ اسے پولیس اور دیگر سرکاری افسران سے رجوع ہونا پڑے گا۔ وہ سماجی خدمت گزار اداروں کے عہدہ داروں سے ملے گا اور ان کی جہیز مخالف تحریکات کی تفصیلات بھی حاصل کرے گا۔ ممکن ہو تو وہ ایسے شوہروں سے بھی ملاقات کرے گا جن کے خلاف الزام ہے کہ اُن کی بیویوں نے ساس، سسر کے تقاضوں سے تنگ آ کر خودکشی کر لی تھی۔ پھر صحافی ایسے تفصیلی مضمون میں اپنی رائے کا اظہار ضرور کرے گا۔ بجائے ایک تفصیلی اور اعداد و شمار سے بھرے ہوئے طویل مضمون کے اگر صحافی

ایک فیچر لکھنا چاہے تو اس کا طریقۂ کار جدا ہوگا۔ اپنے شوہر اور سسرال کے تقاضوں سے تنگ آ کر خودکشی کرنے والی کسی نئی دلہن کی داستان مصیبت کی دلسوز تفصیلات وہ پڑوسیوں یا رشتہ داروں سے حاصل کر کے ایک مؤثر فیچر تیار کر سکے گا۔

ہندوستان میں فیچر زیادہ مقبول نہ ہونے کی کئی وجوہات ہیں۔ انگریزی اخبارات نے برطانوی اور امریکی اخبارات کی پیروی کرتے ہوئے فیچر پر کچھ نہ کچھ توجہ دی مگر ہندوستانی زبان کے اخبارات نے فیچر کی جانب خاطر خواہ توجہ مبذول نہیں کی۔ آزادی کی جنگ کے دوران اخبارات انگریزوں کی حکومت کے خلاف سینہ سپر ہو گئے تھے۔ سوائے اینگلو انڈین ملکیت والے اخبارات کے ہندوستان کے جملہ اخبارات ایک چٹان کی طرح برطانوی سامراج کا مقابلہ کرنے میں مصروف تھے۔ اخبارات کے صفحات کا زیادہ تر حصہ آزادی کی تحریک کے لیے وقف ہو جاتا تھا۔ قومی قائدین کی تقاریر اور مجاہدین آزادی کی سرگرمیوں کی تفصیلات کو زیادہ ترجیح دی جاتی تھی۔ انگریز حکمرانوں کی حرکات کے خلاف اشتعال انگیز تحریروں کے لیے کافی جگہ نکل جاتی تھی۔ غلامی سے نجات اور آزادی کے حصول سے متعلق مواد کی اتنی مانگ اور اہمیت تھی کہ مدیران نے ہلکے پھلکے فیچر مضامین کی جانب بہت کم توجہ دی۔

پہلی اور دوسری عالمگیر جنگوں کے دوران جنگی خبروں کی وجہ سے تفریحی ادب کی کوئی حوصلہ افزائی نہیں ہوئی۔ سیاست زدہ ہندوستانی صحافت میں فیچر نویسی کی پذیرائی بالکل کم ہوئی۔ اخبارات اور رسائل ایسے مضامین کی ہی ہمت افزائی کر

رہے تھے جن میں انگریزی راج کے مظالم کا تذکرہ ہو، غلامی کی صعوبتوں کا جائزہ ہو اور آزادی کی برکتوں کا اظہار ہو۔ فیچری مضامین کی اشاعت پر اگست 1947ء کے بعد ہی کچھ نہ کچھ توجہ دی گئی۔ آزادی کے بعد فیچر نویسی کی اہمیت تو تسلیم کی گئی ہے مگر اس میدان میں ابھی خاطر خواہ ترقی نہیں ہوئی ہے۔ ویسے اس کا میدان وسیع ہے اور کوشش کی جائے تو فیچر نویسی کا مستقبل شاندار ہو سکتا ہے۔

ہندوستانی صحافت کی یہ بدنصیبی ہے کہ فوٹوگرافی میں حیرت انگیز ترقی اور عوام کے بدلتے ہوئے ذوقِ مطالعہ کے باوجود فیچر نویسی کی حوصلہ افزائی اُس قدر نہیں ہو رہی ہے جتنی کہ امید کی جا سکتی ہے۔ ہمارے قارئین آج بھی قائدین کے لمبے چوڑے بیانات کے طویل اخباری رپورٹوں کے شوقین نظر آتے ہیں۔ آج بھی ہندوستانی صحافت پر سیاست کا غلبہ ہے جو شاید رفتہ رفتہ ہی کم ہوگا۔ ضرورت ہے کہ مغربی اخبارات کی طرح ہمارے روزانہ اخبارات اور رسائل میں معلوماتی مواد کو مزید بڑھاوا دیا جائے۔

فیچر نویس کو عملۂ ادارت سے بھی ہدایت نہیں ملتی۔ صحافی کو اپنی ہی جبلت اور فطری مہارت پر زیادہ بھروسہ کرنا ہوتا ہے۔ فیچر نویسی کے جدید ترین اصولوں سے ہندوستانی صحافت کو روشناس کرانے کا کوئی خصوصی اہتمام نہیں ہے۔ حالانکہ فیچر نویسی پر متعدد کتابیں شائع ہو چکی ہیں۔ مگر یہ سب کی سب انگلستان اور امریکہ میں طبع ہوئی ہیں۔ ان کتابوں کی مدد سے ہندوستانی ماحول کے لیے نت نئے فیچر لکھنے کی کوشش تو کی جا سکتی ہے مگر محنت اور وقت کا سوال ہے۔ فیچر نویسی پر ہندوستانی زاویۂ

نگاہ سے لکھی گئی کتابوں کی سخت ضرورت ہے۔ اُردو زبان میں فیچر نویسی پر اب تک کوئی کتاب منظرِ عام پر نہیں آئی ہے۔ آج تک جتنے بھی کامیاب فیچر ہندوستانی جرائد میں شائع ہوئے ہیں ان میں مشہور امریکی رسائل ''لائف'' اور ''پکچر پوسٹ'' میں ماضی میں شائع شدہ فیچر مضامین کی تقلید زیادہ جھلکتی ہے۔ کچھ فیچر نویسوں نے ایسی امریکی کتابوں سے بھی استفادہ کیا ہے جس میں فیچر لکھنے کے طریقوں پر روشنی ڈالی گئی ہے۔ بہت کم ایسے فیچر نویس ہندوستان میں نظر آتے ہیں جنہوں نے جدت طرازی سے کام لیا ہو۔ ضرورت ہے کہ فیچر ہندوستانی رنگ میں رنگے جائیں تاکہ ان کی افادیت اور مقبولیت میں اضافہ ہو۔

ہندوستانی زبانوں کے اخبارات فیچر مضامین کی اشاعت میں زیادہ دلچسپی دکھائیں تو یہ صنعت کافی آگے بڑھ سکتی ہے۔ فیچر فراہم کرنے والی ایجنسیاں بھی اسی وقت اپنی تجارت وسیع کر سکتی ہیں۔ جب ان کی خدمات حاصل کرنے والے گاہکوں کی تعداد میں اضافہ ہو۔ ویسے آج کل بیشتر اخبارات عورتوں اور بچوں کے لیے خصوصی صفحات جاری کر کے فیچری مواد پر خصوصی توجہ دینے لگے ہیں۔ غیر خبری مواد سے جیسے جیسے دلچسپی بڑھے گی فیچر نویسی کی تقدیر بھی بدلتی جائے گی۔ فیچر کو زیادہ اہمیت دینے میں ''السٹریٹڈ ویکلی آف انڈیا'' نامی انگریزی ہفت روزہ مصور جریدہ کی خدمات کو فراموش نہیں کیا جا سکتا۔

امریکہ کے نوے فی صد اخبار اپنے فیچری مواد کے لیے ایسے اداروں سے رجوع ہوتے ہیں جو ''سنڈیکیٹ'' (Syndicate) کے نام سے مشہور ہیں۔ سینکڑوں کی

تعداد میں موجود ایسے ادارے لاکھوں ڈالر کی تجارت کرتے ہیں۔کارٹون اور کامک کے علاوہ بھی یہ ادارے ہر ایسا مواد فراہم کر سکتے ہیں جس کی کسی بھی اخبار کو ضرورت ہے۔تبصرے، تصاویر، نقشے، جائزے، خصوصی مقالے، معمے، تفریحی کالم، سیاسی و غیر سیاسی کالم، اسپورٹس خبریں اور رائیں وغیرہ سنڈیکیٹ ادارے بڑی آسانی سے اور کم سے کم نرخوں پر فراہم کرتے ہیں۔ایسے سنڈیکیٹ ادارے بھی ہیں جو اداریئے تک لکھ بھیجتے ہیں۔جس مقدار میں اور جس نوعیت کا اخباری مواد مطلوب ہو وہ سنڈیکیٹ سے خرید لیا جاتا ہے۔فیچر نویسی کو زیادہ مقبولیت بخشنے میں سنڈیکیٹ اداروں کا زیادہ حصہ رہا ہے۔آج کل ہندوستان میں چند ایسے سنڈیکیٹ ادارے برسرِ کار ہیں جو انہی خطوط پر اپنی خدمات پیش کر رہے ہیں مثلاً ''انفا'' (انڈیا نیوز اینڈ فیچر الائنس) رنگ ریکھا۔

فیچر نویسی ایک تخلیقی عمل ہے۔فیچر لکھنے کے لیے وجدان اور مہارت دونوں درکار ہیں۔فیچر کے لیے موضوعات حاصل کرنے کے لیے صحافی کا عوام پسند اور ملنسار ہونا بہت ضروری ہے۔ ہر قسم کے انسان سے ملاقات ہوتی رہے تو نئی نئی باتیں معلوم ہوتی ہیں اور نئے تجربات کی روشنی میں فیچر کے لیے نئے نئے موضوع دماغ میں سما سکتے ہیں۔فیچر نویس کو قدیم اور جدید دونوں طرز ہائے تحریر سے گہری واقفیت ہو تو وہ موضوع کی مناسبت سے معقول طرزِ تحریر اپنا سکتا ہے۔صحافی اگر تخیل سے کام لے تو فیچر میں زیادہ رنگینی لائی جاسکتی ہے۔کردار نگاری، پلاٹ نویسی، مکالمہ نگاری اور منظر نویسی سے زیادہ واقفیت رکھنے والا صحافی فیچر لکھنے میں زیادہ کامیاب رہ سکتا ہے۔

بڑے اخبارات اپنے عملۂ ادرات میں خصوصی فیچر نویسوں اور فیچر ایڈیٹر کو ممتاز جگہ دیتے ہیں۔ ان کی تنخواہیں بھی عام صحافیوں سے زیادہ ہوا کرتی ہیں۔ آزادانہ طور پر کام کرنے والے فیچر نویس بھی اپنے فیچر مضامین کا معقول معاوضہ پاتے ہیں۔ جہاں تک ممکن ہے فیچر مضامین مناسب تصاویر کے ساتھ شائع ہوتے ہیں۔ اگر مضمون نگار نے ہی تصویریں کھینچی ہوں تو تصاویر کے لیے علیحدہ معاوضہ دیا جاتا ہے۔ اکثر و بیشتر ایسا ہوتا ہے کہ کامیاب صحافی اور کامیاب فوٹو گرافر مل کر فیچروں پر کام کرتے ہیں۔ تصاویر کے بغیر فیچر مضامین پھیکے پڑ جاتے ہیں۔ آج کل ہفت روزہ اور پندرہ روزہ رسائل فیچر مضامین کو کافی اہمیت دے رہے ہیں۔

☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆

اخباری فیچر کے اقسام

نیوز فیچر

کبھی کبھی خبروں میں ایسا مواد آ جاتا ہے جسے حد درجہ سنجیدہ خبر کی صورت میں دینے کے بجائے اسے سنوار کر نئے روپ میں اخبار کے صفحے پر نمایاں کرنے کا فیصلہ کیا جاتا ہے۔ جس خبر میں تفریحی عنصر زیادہ پایا جاتا ہے اسے ''نیوز فیچر'' کے لیے ضرور منتخب کر لیتے ہیں۔ اس کا مطلب یہ نہیں کہ خبر کوئی لطیفہ کی یا چٹکلہ کی صورت میں ہو۔ صرف یہی بات دیکھی جاتی ہے کہ مذکورہ خبر میں سنجیدگی برائے نام بھی نہیں ہے، معاملہ بالکل پُر لطف اور دل بہلانے والا ہے۔ صرف غیر سنجیدہ اور غیر رسمی یکسر محظوظ کرنے والی خبروں ہی کو نیوز فیچر کی شکل دی جاتی ہے۔ عموماً ایسی خبروں کو از سرِ نولکھ کر ادبی چاشنی کے ساتھ مزید دلچسپ اور جاذبِ نظر بنانے کی کوشش ہوتی ہے۔ اکثر و بیشتر ایسے مواد کو نمایاں طور پر شائع کرنے کی غرض سے عام ٹائپ سے ہٹ کر علیحدہ ٹائپ **مستعمل** ہوتی ہے۔ انگریزی اخبارات ایسی خبروں کے لیے ''اٹالکس'' Italics ٹائپ پسند کرتے ہیں یا جلی حروف Bold Face کو ترجیح دیتے ہیں۔ اردو اخبارات بھی ایسی خبروں کے لیے علیحدہ طرز کی کتابت کا اہتمام کرتے ہیں یا بین السطور سفید جگہ چھوڑ کر کتابت کرواتے ہیں۔ کبھی کبھی خبر کو نمایاں کرنے کے لیے عام کالموں کے سائز میں تبدیلی کر کے چوکھٹہ (Box) بنا کر نیوز فیچر شائع کیا

جاتا ہے۔ خبر بہت ہی دلچسپ ہو تو صفحۂ اول پر ہی ایسے اخباری فیچر کو جگہ دی جاتی ہے۔ شام میں نکلنے والے اخبارات ایسی خبروں کے زیادہ متلاشی رہتے ہیں جنہیں دلچسپ بنا کر ''نیوز فیچر'' کے انداز میں شائع کیا جائے۔ ایسے اخباری فیچر کو اخبارات کے دفتر میں ''گرم مسالہ'' یا ''چٹنی'' یا ''سلاد'' کا عرف نام بخشا جاتا ہے۔ ضروری نہیں کہ یہ مواد ''انسانی دلچسپی'' کا پہلو لیے ہوئے ہو۔ ''نیوز فیچر'' میں سیاسی یا معاشی مواد بھی دیا جا سکتا ہے۔ بشرطیکہ اس میں زندہ دلی یا حیرت یا کوئی عجیب پہلو پایا جائے۔ ممکن ہے کہ کوئی قانونی یا آئینی مسئلہ ہو جو ایسے پر اثر انداز میں بیان کیا گیا ہو کہ وہاں تفریح کا کوئی رخ عیاں ہو گیا ہو۔ کبھی کبھار کسی مشہور ہستی کی سوانح عمری بھی ''نیوز فیچر'' کی شکل میں دی جاتی ہے۔ نیوز فیچر میں اہم ترین خبریں نہیں ہوا کرتیں۔ ایسی باتوں کو ''نیوز فیچر'' کا قالب پہنایا جاتا ہے جس میں کچھ ہنسی مذاق، عیش و طرب یا رنگ رلیوں کی جھلک موجود ہو۔

تاریخی فیچر

اخبار کے لیے تاریخی فیچر لکھنے کے لیے مواد حاصل کرنے میں کوئی خاص دقت نہیں ہوتی۔ ملک کی تاریخ پر سینکڑوں کتابیں آسانی سے مل جاتی ہیں۔ ایسی کتابوں میں کئی ایسے پہلو پوشیدہ ہیں جنہیں تلاش کر کے تاریخی واقعات یا تاریخی شخصیات پر روشنی ڈالی جاسکتی ہے۔ بعض اوقات سالگرہ، جشن سیمیں، طلائی جشن وغیرہ موقعوں پر بھی تاریخی فیچروں کی اہمیت بڑھ جاتی ہے۔ یوم آزادی اور یوم جمہوریہ جیسے موقعوں

پر ہندوستان کی آزادی کی تحریک سے متعلق تاریخی فیچر تحریر ہو سکتے ہیں۔ کرسمس، ایسٹر، ہولی، دیوالی، دسہرہ، گردنانک جینتی، یومِ عاشورہ جیسے تیوہاری موقعوں پر تاریخی فیچر قارئین ذوق وشوق سے پڑھتے ہیں۔ اپریل کی پہلی تاریخ کو ''اپریل فول'' کی تاریخی اہمیت پر روشنی ڈالی جاسکتی ہے۔ ۳۰ جنوری کو گاندھی جی سے متعلق فیچر مناسب رہیں گے۔ ۱۴ نومبر کو پنڈت نہرو کی زندگی کی جھلکیاں پیش ہو سکتی ہیں۔ ۱۴ اپریل کو جلیان والا باغ کی خونی کہانی یاد دلائی جاسکتی ہے۔ ہر مذہب اور ہر زبان کی مناسبت سے تاریخی فیچر تیار ہو سکتے ہیں۔ ہر شہر، ہر گاؤں، ہر ملک، ہر زبان، ہر مذہب اور ہر ادارہ کی اپنی تاریخ ہوتی ہے۔ تاریخی حقائق کو نئے رنگ میں پیش کرنے سے دلچسپی بڑھتی ہے۔ بڑے اخبارات اہم تاریخی موقعوں پر مناسب فیچر شائع کرنے کے ارادے سے مہینوں سے پہلے تیاریاں کر لیتے ہیں۔

شخصیاتی فیچر

کسی بھی اہم شخص کی زندگی پر تفصیلات اس وقت زیادہ شوق سے پڑھی جاتی ہیں جب اُس شخص کا انتقال ہو جاتا ہے یا وہ کسی بڑے قومی یا بین الاقوامی اعزاز کا مستحق قرار دیا جاتا ہے۔ مشاہیر کی سوانح عمریاں اُن کے یوم پیدائش یا یوم وفات کے موقعہ پر زیادہ توقیر سے پڑھی جاتی ہیں۔ رنگین شخصیات مثلاً فلمی اداکار، اداکارہ ٹیلی ویژن فنکار وغیرہ کے شخصی فیچر بھی قارئین پسند کرتے ہیں۔ جب کوئی شخص یکایک اہم ہو جاتا ہے تو عوام اس کی زندگی کے واقعات جاننے کے لیے بے تاب

رہتے ہیں مثلاً تین سنگند نار کے نامی معمولی شیر پا قلی ایورسٹ کا فاتح بن کر راتوں رات عالمگیر شہرت کا مالک بن بیٹھا۔ راکیش شرما نے اپنے خلائی سفر کی وجہ سے ملک بھر میں مقبولیت حاصل کی۔ اظہر الدین نامی کرکٹ کھلاڑی یکا یک شہرت کی بلندیوں پر پہنچ گیا۔ ایسے فوری طور پر مشہور ہونے والی ہستیوں کے شخصی فیچر اخبارات میں زیادہ توجہ پاتے ہیں۔ نوبل انعام، گیان پیٹھ انعام، میگ سے انعام، دادا پھالکے انعام جیسے مؤقر انعامات پانے والوں کے بارے میں لوگ زیادہ باتیں معلوم کرنا چاہیں گے۔ نئے صدر یا وزیر اعظم، نئے سپہ سالار یا صوبائی گورنر کی سوانح سے قارئین کی دلچسپی زیادہ رہے گی۔ ادیبوں اور شاعروں، مقبول فلمی ستاروں، نئی ایجادات یا انکشافات کرنے والے سائنس دانوں، نئے اعلیٰ افسروں وغیرہ کے شخصیاتی فیچر زیادہ رغبت سے پڑھے جاتے ہیں۔ کسی بھی اہم فرد کی سوانح عمری بغیر تصویر کے شائع نہ کی جائے۔ تصویر کا تازہ ترین ہونا بھی ایک شرط ہے۔

سیاحتی فیچر

آج کل سیاحت کی ترقی پر کافی زور دیا جا رہا ہے۔ تعطیلات کے زمانہ میں عوام ہوائی مستقر جانا پسند کرتے ہیں سیاحتی اہمیت کے مقامات کی تفصیل رغبت سے پڑھی جاتی ہے۔ جب کسی نئے مقام کے بارے میں سیاحتی فیچر شائع ہو تو بہت ممکن ہے کہ آئندہ استعمال کے لیے قارئین تراشے رکھ لیں۔ عموماً ایسے فیچر مضامین میں متعلقہ جگہ کی جغرافیائی خصوصیات کا تذکرہ ضروری ہوتا ہے۔ وہاں پہنچنے کے لیے

بس، ریل، بحری جہاز یا ہوائی جہاز کے راستوں کا حال لکھنا ہوتا ہے۔ رہائش، موسم، غذا، مقامی عجیب وغریب قوانین وغیرہ کی تفصیل ضروری ہوتی ہے۔ ہندوستان میں تقریباً ہر ریاست میں کئی ایسے سیاحتی مقامات ہیں جن کے بارے میں دلچسپ اور معلوماتی فیچر تحریر ہو سکتے ہیں مثلاً اوٹی، کوڑائی کنال، نینی تال، دارجیلنگ، شملہ، منالی، کفری، پنج گنی، متھران وغیرہ۔ اسی طرح جانوروں کی پناہ گاہوں کے بارے مین سیاحتی فیچر مقبول ہو سکتے ہیں مثلاً گر جنگلات (گجرات)، کازی رنگا (آسام)، بنڈی پور (کرناٹک)، مدوملائی (تامل ناڈو) وغیرہ۔ ایسے مقامات کے بارے میں بھی سیاحتی فیچر لکھے جائیں جہاں آثار قدیمہ کی بہتات ہے مثلاً کھجوراہو مناور، مانڈو، ہمپے، اجنتا، ایلورہ، آگرہ، بیلور، ہلے بید، شراون بیلگولہ، سانچی وغیرہ۔ مقدس مقامات جیسے وارانسی، اجمیر شریف، آنند پور صاحب، تروپتی، قدیم گوا وغیرہ پر بھی سیاحتی فیچر کافی مقبول ہوں گے۔

عملی فیچر

کئی ایسے کام ہیں جو آپ بغیر پیشہ وارانہ تعاون کے گھر بیٹھے کر سکتے ہیں یا سیکھ سکتے ہیں۔ فیچر مضمون کے ذریعہ قاری کو بتایا جاتا ہے کہ کون سا کام کس طریقہ پر کیا جائے۔ کام یا مرمت یا عمل کی نوعیت سمجھائی جاتی ہے۔ پھر طریقۂ کار سیدھے سادے الفاظ میں بتایا جاتا ہے۔ ضروری اوزار یا آلات کے صحیح استعمال کے بابت معلومات ہوتی ہیں۔ احتیاطی تدابیر بتائی جاتی ہیں، یعنی جملہ ہدایات کا مجموعہ دیا

جاتا ہے مثلاً گھریلو فرنیچر کی مرمت کیسے کی جائے؟ بیماروں کا کھانا کیسے پکایا جائے؟ فالتو اشیاء سے کس طرح کھلونے بنائے جائیں؟ کتابوں کی جلد سازی کیسے ہوتی ہے؟ پتنگ بنانے کے کیا طریقے ہیں؟ ایسے عملی یا ترکیبی فیچروں کے ذریعہ عورتوں کو مختلف اور نئے نئے پکوانوں کے طریقے بتائے جاسکتے ہیں۔ بچوں کو چھوٹے موٹے تجربات کرنے کی تربیت دی جاسکتی ہے۔ گھر پر ہونے والے علاجوں کے نسخے بتائے جاسکتے ہیں۔ انگریزی اخبارات میں انہیں Explanatory یا How-To-Do-It-Yourself فیچر کہتے ہیں۔ ایسے ہدایاتی اور وضاحتی مختصر فیچر مضامین کے ذریعہ قارئین کو نئے نئے عملی طریقوں سے روشناس کرایا جاتا ہے۔ خاندان کے تمام افراد کے لیے کوئی نہ کوئی مشغلہ سمجھایا جاسکتا ہے۔ ڈاک کی ٹکٹیں جمع کرنے یا قلمی دوستی کے بارے میں نئی معلومات دی جاتی ہیں۔ ظاہر ہے کہ اپنی افادیت کی وجہ سے ایسے بیانیہ مختصر مضامین قارئین میں زیادہ مقبولیت پاتے ہیں۔

انسانی دلچسپی فیچر

انسانی دلچسپی کی خبروں کی طرح انسانی دلچسپی کے فیچر بھی قارئین کے لیے سرور اور شادمانی کا باعث ہوسکتے ہیں۔ مرد اور عورتیں ایسے فیچر یکساں دلچسپی سے پڑھتے ہیں۔ بچے بھی ایسی دلچسپ معلومات کی طرف زیادہ راغب ہوتے ہیں۔ انسان ہمیشہ دوسرے انسانوں کی عجیب، انوکھی، خبطی اور مشتبہ حرکات کی تفصیلات جاننا چاہتے ہیں۔ افسوسناک، قابلِ رحم، رقت خیز، پردرد یا ظریفانہ یا اندوہ ناک یا مہم باز

یا اسی نوع کی انوکھی تفصیلات کی مدد سے انسانی دلچسپی کے فیچر مرتب ہو سکتے ہیں۔ بعض مشاہدین کا کہنا ہے کہ ہندوستان جیسے مختلف النوع ملک میں انسانی دلچسپی کا ایک کبھی نہ ختم ہونے والا خزانہ موجود ہے جس سے اب تک خاطر خواہ فائدہ نہیں اٹھایا گیا ہے۔ ایسے فیچر لکھنے کے لیے صحافی کے لیے دیدہ ریزی کی سخت ضرورت ہے۔ جہاں کہیں کوئی اچھوتی بات، روایت، رسم، ترکیب نظر آئے وہ اسے اپنا موضوع بنا لے۔ ہندوستان جیسے وسیع و عریض ملک میں جہاں نسلوں، مذاہب، فرقوں، ذیلی فرقوں، زبانوں، عقیدوں وغیرہ کی افراط ہے انسانی دلچسپی کے فیچر کافی کامیابی کے ساتھ تحریر ہو سکتے ہیں۔ پالتو جانوروں، چڑیا گھر کے جانوروں، سرکس کے جانوروں اور عام جانوروں کے عجیب حرکات پر بھی فیچر مقبول رہیں گے۔

سائنسی فیچر

اس ایٹمی دور میں ہر جگہ سائنس اور تکنیکی ترقی کا بول بالا ہے۔ سائنس سے عوام کی دشمنی ختم اور دوستی بڑھتی جا رہی ہے۔ روزنامہ اخبارات او ہفت روزہ رسائل میں سائنسی خبروں کے لیے جگہ مخصوص کی جا رہی ہے۔ جہاں کہیں سائنس دانوں کے اجتماعات ہوتے ہیں وہاں کچھ نہ کچھ نئی باتیں صحافیوں کے روبرو آتی ہیں جن کی مدد سے دلچسپ سائنسی فیچر مرتب ہو سکتے ہیں۔ آج کل سائنسی مواد بخوشی شائع ہوتا ہے اور خاص دلچسپی سے پڑھا بھی جاتا ہے۔ سائنسی موضوعات کو عام فہم الفاظ میں لکھنے والوں کی مانگ میں مسلسل اضافہ ہو رہا ہے۔ طلباء اور عام قارئین سائنسی

عنوات پر دیے گئے خصوصی فیچر مضامین کو مستند سمجھتے ہیں۔

دیگر فیچر

بعض اخبارات میں مندرجہ ذیل موضوعات پر بھی وقتاً فوقتاً خصوصی فیچر شائع ہوتے ہیں:

تعطیلات، فیشن، موسمیات، برقیات، طب مغربی، ٹیلی ویژن پروگرام، موسیقی، صحتِ عامہ، اسپورٹس، تجرباتی فلمیں، گراموفون ریکارڈ، نئی کتابیں، موٹر کار، ہوا بازی وغیرہ

☆☆☆☆☆☆☆☆

عمدہ فیچر کیسے لکھے جائیں

کسی بھی نفیس فیچر کی تحریر کے لیے نفیس موضوع کی ضرورت ہوتی ہے۔ صحافی کا فرض ہے کہ وہ ایسے نئے موضوعات کی تلاش میں ہمیشہ سرگرداں رہے جس پر وہ دلچسپ فیچر لکھ سکتا ہے۔ کامیاب فیچر نویسی صحافی کے وجدان اور تجربہ پر منحصر رہتی ہے۔ زندگی میں کئی ایسے موضوع ہیں جن پر توجہ کی جاسکتی ہے۔ وسیع مطالعہ سے بھی فیچر موضوعات کے تعین میں آسانی ہوتی ہے۔ غور وفکر سے بھی فیچر کے لیے نئے موضوع دماغ میں سما سکتے ہیں۔ فیچر نویسی ایک جسمانی، عملی اور محنت طلب مصروفیت کے ساتھ ہی ذہنی اور مہارت طلب سرگرمی ہے۔ متعلقہ اخبار کے قارئین کے مزاج سے زیادہ صحیح اور گہری واقفیت ہو تو صحافی کو فیچر کے موضوعات کے انتخاب میں زیادہ سہولت ہوتی ہے۔ فیچر کے لیے تصور کی ضرورت ہے اور تصور کے لیے معلومات کی کثرت لازمی ہے۔ ذہنی خاکے ابھرتے ہیں تو فیچر کے لیے نئے نئے موضوعات سجھائی دیتے ہیں۔ طرزِ خیال مددگار ہو تو فیچر کے لیے موضوعات اور عنوانات کثرت سے صحافی کے دماغ میں کلبلانے لگتے ہیں۔

کسی خاص موقعہ کے لیے فیچر لکھنے کا تہیہ کر کے پیشگی تیاری کر لی جائے تو بہتر ہے۔ عید الفطر، عید الضحیٰ، گڈ فرائڈے، امبیڈکر جینتی، بیساکھی، رکھشا بندھن، بسنت پنچمی جیسے موقعوں کے لیے ہفتوں بلکہ مہینوں پہلے فیچر تحریر کر لیے جائیں اور یہ بروقت شائع ہوں تو زیادہ پسندیدگی پاتے ہیں۔ جو بھی فیچر جس موضوع پر بھی لکھا جائے اُس

میں تازگی کا عنصر ہونا ضروری ہے۔ ایک نیا زاویہ دے کر کسی بھی قدیم موضوع کو نئی زندگی بخشی جا سکتی ہے۔ فیچر مضامین کے لیے دلچسپ سرخیوں کا انتخاب ضروری ہے۔ ہر صحافتی تحریر کی طرح فیچر میں بھی ابتدائی جملوں کی بہت اہمیت ہوتی ہے۔

اگر کسی صحافی کو باغبانی، ارضیات، مغربی یا یونانی طب، ہومیوپیتھی، فوٹوگرافی، مصوری، کلاسیکی موسیقی، قانون، معماری، تعلیم و تربیت، نفسیات جیسے موضوعات سے دلچسپی ہو تو وہ مختلف طریقوں سے فیچر لکھ سکتا ہے۔ فیچر میں تکنیکی اصطلاحات سے پرہیز نہایت ضروری ہے۔ تحریر میں ''زندگی'' ہو اور ''خوش بیانی'' ہو۔ کہتے ہیں کہ اگر صحافی کی قوتِ مشاہدہ تیز ہو تو وہ ایک جگہ سے دوسری جگہ کسی سٹی بس میں پہنچتے پہنچتے بھی فیچر کے لیے ایک موضوع تلاش کر سکتا ہے۔ فیچر آسمان کے نیچے اور زمین کے اوپر کسی بھی موجود شے پر تحریر ہو سکتا ہے بشرطیکہ صحافی اس معمولی سی شے کو بھی اہم سمجھ کر اسے کسی نہ کسی قسم کے فیچر کا موضوع بنانے کی سعی کرے۔

یہ خیال غلط ہے کہ اخبارات میں صرف مشاہیر، قائدین اور بلند مرتبہ شخصیات کے بارے میں ہی تفصیلات شائع ہوں۔ آج کل اخبارات زندگی کے ہر شعبہ میں مصروف افراد کے مسائل اور خیالات پر ضروری توجہ دے رہے ہیں۔ اگر کوئی صحافی کسی ڈاکیہ، دہی فروش، سقہ، قلی، تانگہ بان، مہتر، پنواڑی، مالی، نائی، کن میلیے، ٹیکسی ڈرائیور، لوہار، کمہار، گھڑی ساز جیسے عام پیشہ ور فرد پر فیچر لکھے تو قارئین دلچسپی سے پڑھیں گے بشرطیکہ ایسے فیچر میں کچھ نہ کچھ نئی روشنی ہو مثلاً ایک صحافی کو پتہ چلا کہ نہرو خاندان کی آبائی حویلی ''آنند بھون'' کے باورچی کو شریمتی وجے لکشمی پنڈت کے

ساتھ روس جانے کا موقعہ ملا اور واپسی پر وہ روس کے بارے میں کئی دلچسپ باتیں لوگوں کو بتلا رہا ہے۔ روس کے بارے میں بڑے قائدین کے نظریات تو معلوم تھے مگر ایک معمولی ہندوستانی باورچی کی نظر میں روس کیسا ہے؟ ظاہر تھا کہ لوگ ایسی اچھوتی بات جاننے سے دلچسپی لیں گے۔ مذکورہ صحافی نے متعلقہ باورچی بدھی سے ملاقات کر کے کچھ تفصیلات حاصل کیں اور ایک فیچر لکھ ڈالا جس کا عنوان تھا ''ماسکو پلٹ باورچی''۔ یہ فیچر کافی دلچسپی سے پڑھا گیا۔ اسی صحافی کو الٰہ آباد کے ایک حجام کی دوکان میں جانے کا موقعہ ہوا تو اس کی نظر ایک سامنے لگی ہوئی تصویر پر پڑی جس میں گاندھی جی اپنا سر منڈھوا رہے تھے۔ تصویر کے نیچے کچھ الفاظ بھی تھے جو صاف نظر نہیں آ رہے تھے۔ صحافی نے سرسری طور پر حجام سے دریافت کیا کہ وہ تصویر اسے کہاں سے ملی؟ حجام سے تفصیل ملی کہ ایک مرتبہ گاندھی جی کا سر اس نے مونڈا تھا اور اس کے لیے جو استرا استعمال کیا گیا تھا وہ ہندوستان میں بنا ہوا تھا۔ مزید یہ کہ سر مونڈنے کے لیے حجام نے کسی صابن کا استعمال نہیں کیا تھا۔ بات کافی دلچسپ تھی۔ مگر حجام وہ تصویر صحافی کو دینے پر رضامند نہ تھا۔ مقامی ڈاکٹر کی مداخلت اور سفارش کے بعد صحافی نے وہ تصویر حاصل کی اور ایک فیچر ''باپو اور حجام'' کے عنوان سے لکھا جو کافی رغبت سے پڑھا گیا۔ تصویر میں گاندھی جی بیٹھے اپنا سر منڈوا رہے ہیں اور ایک خط بھی گاندھی جی نے اپنے ہاتھ سے ہندی میں لکھا ہے کہ: ''بھائی منی لال نے میری حجامت بڑی ملائمت سے بنائی ہے اور ہندوستانی استرا ہی استعمال کیا ہے اور حجامت بغیر صابن کے ہی بنائی ہے (دستخط) موہن داس کرم چند گاندھی۔''

بمبئی کے ایک صحافی نے راہ میں بیٹھ کر لوگوں کی حجامت بنانے والے (نائی) پر ایک بہترین فیچر لکھا تھا جس کا عنوان تھا: ''راہ میں بیٹھنے والا نائی بھی ایک فنکار ہے۔'' The Wayside Barber is an artist فیچر مضمون عمارات، بندھ، دریا، ندی، تیوہار، دستکاری، زراعت، صنعت وحرفت، تعلیم وتربیت، رقص وموسیقی غرض کسی بھی دنیاوی موضوع پر لکھا جا سکتا ہے۔ ایک خاتون صحافی نے پنجروں میں بند پرندوں کی مدد سے لوگوں کی قسمت بتانے والے نجومیوں کے بارے میں فیچر لکھا جو کافی پسند کیا گیا۔ اس طرح کی سینکڑوں بلکہ ہزاروں مثالیں کامیاب فیچر مضامین کی دی جا سکتی ہیں۔ تاج محل، قطب مینار، گیٹ وے آف انڈیا، وکٹوریہ میموریل جیسی مشہور عمارات پر اب تک بیسیوں فیچر شائع ہو چکے ہیں۔ صحافی کسی سمندری ساحل پر موج مناتے ہوئے ہپی نوجوان لڑکوں اور لڑکیوں کو دیکھتا ہے تو اپنے مشاہدے کی بنا پر ایک مختصر فیچر لکھ سکتا ہے۔ کسی مزار پر جاکر وہ وہاں کسی خاص معجزہ یا کرشمہ سے متعارف ہوتا ہے تو اسے اپنے اگلے فیچر کا موضوع بنا سکتا ہے۔ فیچر گول گپے، غبارے، کلفی، کالج کی گھنٹی، گلدان، چھتری، جل جیرا، دہی بڑے جیسے معمولی موضوع پر بھی لکھا جا سکتا ہے اور کمپیوٹر، راکٹ، اڑن طشتری، مصنوعی سیارہ خلائی سفر اور سوپر سینک ایئر کرافٹ پر بھی لکھا جا سکتا ہے۔ فیچر کے لیے مرزا غالب کا مزار، تان سین سنگیت میلہ، پھول والوں کی سیر، یوم جمہوریہ پریڈ، دسہرہ تہوار، حیدرآبادی دسترخوان مدراس کی ماہی گیری، ریشمی کیڑوں کی پرورش جیسے موضوع خوب ہیں۔ کاغذ نتھی کرنے والی معمولی پن سے لے کر ائیر بس (Air Bus) تک، مکڑی سے

لے کر گینڈے تک، بال پوائنٹ قلم سے لے کے آفسیٹ مشین تک جس موضوع پر چاہے صحافی اس پر فیچر لکھ سکتا ہے۔فیچر کے ابتدائی حصہ میں قاری کا اضطراب بڑھانے کی ہر ممکن کوشش کی جائے۔دلچسپی کے لیے چھوٹے موٹے قصے یا لطیفے بھی درج ہو سکتے ہیں۔فیچر کی تحریر میں ڈرامائی کیفیت بھی لائی جا سکتی ہے۔فیچر کا اختتام بھی حد درجہ دلچسپ ہو۔ابتدا تا انتہائی فیچر کا لطیف، خوشگوار، رواں اور درخشاں ہونا بہت ضروری ہے۔

☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆☆

باب 11

اداریہ نگاری

اداریہ وہ مضمون ہوتا ہے جس میں کسی بھی اخبار یا رسالہ کے مدیر کی کسی اہم معاملہ پر رائے شائع ہوتی ہے۔ یہ رائے مدیر کے علاوہ اخبار کے ناشران یا مالکان کی بھی ہو سکتی ہے۔ اداریہ کسی بھی اخبار کا "ضمیر" کہلاتا ہے۔ اداریہ ہی کے ذریعہ اخبار کی بے باکی اور احساسات کا پتہ چلتا ہے۔ کسی بھی اخبار کے اداریہ میں مندرجہ ذیل عناصر ضروری سمجھے جاتے ہیں:۔

اسلوب بیان کی پاکیزگی۔

نصب العین۔

استدلال۔

رائے عامہ پر اثر انداز ہونے کی قوت، اور

قارئین کو صحیح راہ دکھانے کی اہلیت۔

اداریہ کی اہمیت

یہ کہنا بھی ذرا غلط ہی دکھائی دیتا ہے کہ اداریہ مدیر کی رائے کے اظہار کا وسیلہ ہے کیونکہ اداریہ میں رائے کے علاوہ اہم خبروں کا تجزیہ ہوتا ہے، کئی معاملات کی توثیق

ہوتی ہے، کئی مسائل پر روشنی ڈالی جاتی ہے۔ اداریوں کے ذریعہ واقعات کی تفسیر بیان ہوتی ہے۔ کئی معاملات کی توضیح ہوتی ہے۔ کسی بھی فیصلہ کی اہمیت کا اعادہ کیا جاتا ہے، عام طور پر سمجھ میں نہ آنے والی باتوں کا مفہوم سمجھایا جاتا ہے۔ جدید اداریہ حالاتِ حاضرہ کا آئینہ ہوتا ہے۔ اداریہ میں پس منظر فراہم کیا جاتا ہے، ضروری کوائف اور اعداد و شمار کے بل بوتے پر رائے زنی کی جاتی ہے اور رائے کے اظہار کے وقت یہ لحاظ رکھا جاتا ہے کہ اخبار کی رائے سے عام قاری بھی متفق ہوتا نظر آئے۔ یہ ضروری نہیں کہ اداریہ میں دی گئی اخبار کے مدیر کی رائے سے ہر قاری کو اطمینان ہو۔ بہرحال ہر قاری یہ سمجھتا ہے کہ اخبار کا مدیر دانشور ہے، عصری دنیا کا نباض ہے اور وہ کسی مسئلہ پر صلاح و مشورہ دے رہا ہے تو وہ کسی بنیاد پر دے رہا ہے اور اسے اپنی ذمہ داری کا پورا پورا احساس ہے۔

کسی نے کیا خوب کہا ہے کہ اداریہ میں تقریباً وہی بات کہی جاتی ہے جو دوسرے لوگ بھی کہتے ہیں یا کہتے رہے ہیں یا کہہ رہے ہیں مگر وہی بات اچھوتے انداز میں بہتر الفاظ میں دلالت کے ساتھ ضبطِ تحریر میں لائی جاتی ہے۔ اداریہ میں ایک ادبی لہر بھی ہوتی ہے جو اخبارات کی دیگر تحریرات سے اسے ممتاز کرتی ہے۔ ماہر اداریہ نویس اصرار کرتے ہیں کہ اداریہ میں بھی اختصار سے کام لیا جائے۔ بات براہ راست ہی کہی جائے گھما پھرا کر نہ کہی جائے۔ اداریہ میں حق گوئی اور بے باکی کے عنصر نمایاں رہنے بہت ضروری ہیں۔ تلخی، عصبیت اور خوف سے اداریہ کا بالکل پاک ہونا لازمی ہے۔ کڑوے پن، طرفداری اور بزدلی سے لکھا جانے والا اداریہ کمزور اور

بے اثر ثابت ہوتا ہے۔ اداریہ کا ایک خصوصی مزاج ہونا ضروری ہے۔ اداریہ کا صحافت میں ایک اعلیٰ اور ارفع مقام ہے اوراس کے تقدس کا احترام ہر صحافی کا فرض ہے۔

ہر اخبار کا صادق اور امین ہونا بہت ضروری ہے۔ جھوٹ اور مبالغہ آمیزی سے کام لینے والے اخبارات بہت جلد ناکامی سے دوچار ہوتے ہیں۔ اخبار کا فرض حقائق کو پیش کرنا، حقائق پر جواں مردی سے نکتہ چینی کرنا اور قارئین کی صحیح رہنمائی کرنا ہے۔ اخبار اپنے یہ فرائض پوری دیانت داری اور خلوص سے انجام دے تو وہ ایک معیاری اور اصول پسند اخبار کا درجہ پاتا ہے۔ جعل سازی، غلط بیانی اور دہشت انگیزی سے کام لینے والے اخبارات زیادہ دیر تک پنپ نہیں سکتے۔ جھوٹ، فریب اور دھوکہ دہی کا بھانڈا جلد ہی پھوٹتا ہے۔ ایک ماہر اداریہ نگار نے کیا خوب کہا تھا کہ:

''چار سگریٹ برابر ہیں ایک گھنٹہ کے، دو گھنٹے برابر ہیں ایک خیال کے، تین پیراگراف برابر ہیں ایک نظریے کے اوران تمام کا نتیجہ ایک اداریہ کی صورت میں نمودار ہوتا ہے۔''

اداریہ کا چست، منطقی، مدلل اور خوش اسلوب ہونا ضروری ہے۔ اداریہ پڑھ کر ہر قاری یہ محسوس کرے کہ کسی بھی معاملہ کی صحیح نوعیت اس کے علم میں آ گئی ہے۔ اداریہ روزمرہ پیش آنے والے واقعات پر روشنی ڈالنے والی ایک مشعل ہے۔ اداریہ عام قاری سے زیادہ ایسے قاری کو ذہن میں رکھ کر تحریر کیا جاتا ہے جو حالاتِ حاضرہ پر گہری نظر رکھتا ہے اور ہر مسئلہ کے گرد وپیش سے واقفیت حاصل کرنے کی

دل میں خواہش رکھتا ہے۔اداریہ نگاری کے لیے دیدہ ریزی اور دماغ سوزی کی ضرورت ہوتی ہے۔اداریہ بیٹھے بٹھائے کسی کاغذ پر گھسیٹ نہیں دیا جاتا۔اداریہ غور و فکر کے بعد، پوری ذمہ داری اور اس احساس کے ساتھ قلمبند کیا جاتا ہے کہ اداریہ میں عصری حالات کے رخ کو موڑنے کی مخفی اور بے پناہ قوت موجود ہے۔اداریہ ایک آئینہ ہی نہیں بلکہ ایک تیز ہتھیار بھی ثابت ہوسکتا ہے۔دنیا کی تاریخ گواہ ہے کہ اخبارات کے اداریوں کی وجہ سے کئی سلطنتیں تہ و بالا ہوئی ہیں۔کئی وزارتوں کو مستعفی ہونا پڑا ہے۔اداریہ نگاروں نے کئی مشاہیر کی قسمتیں بنائی ہیں اور بگاڑی بھی۔اداریہ ایک حد درجہ طاقتور وسیلہ ہے جس سے تقدیریں سنورتی بھی ہیں اور بگڑتی بھی ہیں۔اداریوں کے ذریعہ تہذیب و تمدن کے کئی شعبوں میں انقلاب لایا گیا ہے اور اداریہ ایک معلوماتی، حقائق سے پر، رہنما خطبہ ہوتا ہے جو غائبانہ ہزاروں سامعین کو سنایا جاتا ہے۔

قارئین ایسے اداریوں کا بے حد احترام کرتے ہیں جن میں زیادہ سے زیادہ اطلاع بہم پہنچا کر قاری کی صحیح رہبری کی گئی ہے۔گمراہ کن اطلاعات کے ساتھ اداریہ نگاری کے پیشہ کو بدنام کرنے والے صحافیوں کی ہر ممکنہ مذمت کی جائے۔یاد رہے کہ وہی اداریہ نگار بہت زیادہ کامیاب ہوتا ہے جو ماضی میں کامیاب نامہ نگار رہ چکا ہے۔نامہ نگاری کی صراط مستقیم یا پل صراط پر چل کر آنے والا صحافی اداریہ نویسی سے انصاف کرسکتا ہے۔اداریہ کئی سوالات کا جواب ہوتا ہے، کئی جستجوؤں میں مصروف عوام کے لیے مفرح ہوتا ہے۔اداریہ پڑھ کر ذہن پر چھائے ہوئے جالے

کٹ جاتے ہیں۔ اداریہ کم علم کو علم بخشتا ہے۔ اور تاریکی میں بھٹکنے والے کو ضروری روشنی عطا کرتا ہے۔ کبھی اس میں کسی بات پر حملہ ہوتا ہے اور کبھی کسی اقدام کو خراجِ تحسین پیش کیا جاتا ہے۔ اداریہ قارئین کی معلومات میں اضافہ کی کوشش کرے مگر انہیں اشتعال نہ دلائے۔ معاملات کی ترجمانی کرے مگر اپنے نظریات کو قارئین پر زبردستی ٹھونسنے کی کوشش نہ کرے۔ اداریہ کا فرض اپنے قارئین کے طرزِ خیال کی صحیح رہبری ہے۔ کسی معاملہ پر ٹھیک خطوط پر قاری کے غور و فکر میں مدد دینا اداریہ کا منصب ہونا چاہیے۔ اداریہ میں رواداری کا مادہ ہو تو وہ جمہوریت کا ممد و معاون ثابت ہو سکتا ہے۔ اداریہ میں کسی تجویز کا خیر مقدم ہو سکتا ہے۔ اگر کوئی منصوبہ ملک و ملت کے لیے خطرناک نظر آئے تو اس کی بھرپور مذمت ہو سکتی ہے۔ اداریہ میں کسی بھی بات کا مطالبہ کیا جا سکتا ہے، کئی اقدام پر اہم سوالات کی بوچھاڑ ہو سکتی ہے، کسی خاص عملی رویہ کی سفارش کی جا سکتی ہے اور تمام جائز مطالبات کیے جا سکتے ہیں۔ اداریہ کا عین مقصد یہی ہوتا ہے کہ تمام دنیاوی حالات میں اعتدال رہے اور ہر جگہ امن کی صورت ہمیشہ بحال رہے۔ تمام انسانوں کی خوشحالی کی نیت سے ہر غلط تجویز کی مخالفت کی جاتی ہے۔ عوامی مصائب کی نشان دہی کر کے مسائل کے حل پیش کرنا ایک خوشگوار فرض ہے جو ہنسی خوشی ادا کیا جا سکتا ہے۔

اداریہ نگار کو یہ آزادی ہے کہ وہ عصری زندگی کے کسی بھی واقعہ یا سانحہ یا حادثہ کی تشریح کرے۔ ایسی خدمت انجام دیتے وقت اپنے قارئین کو طلبہ سمجھ کر اداریہ نگار ایک ماہر معلم کی طرح معاملات کی توضیح کر سکتا ہے۔ کسی بھی تازہ سرکاری یا نیم

سرکاری فیصلہ سے ملک کی سیاسی اور معاشی زندگی پر اثر انداز ہونے والے پہلوؤں کو اجاگر کرسکتا ہے۔ایسی تفہیم سے قارئین معاملہ کی نوعیت زیادہ صحت اور گہرائی کے ساتھ جان سکتے ہیں۔

کسی بھی معاملہ کو زیادہ سہل بنانے کی نیت سے اداریہ نگار ماضی قریب کے معاملات کی جانب توجہ دے کر صحیح پس منظر کے ساتھ تازہ معاملہ کا جائزہ پیش کرسکتا ہے۔اخبار کے دفتر میں حوالہ جاتی مواد کا ذخیرہ موجود رہتا ہے۔اس کی مدد سے اداریہ نگار کسی بھی معاملہ سے متعلق تاریخی تفصیلات اور اعداد و شمار پیش کر کے اپنی دلیل میں وزن پیدا کرسکتا ہے۔مختلف سیاسی ،اقتصادی اور سماجی معاملات کو وہ ایک زنجیر جوڑ کر بھی کسی مسئلہ کی مطابقت یا مماثلت واضح کرسکتا ہے۔

حالات حاضرہ کا گہرا مشاہدہ پیش کرتے ہوئے اور تاریخی پس منظر کی مدد لیتے ہوئے حال کے تجزیہ کی روشنی میں وہ مستقبل کے فوائد یا نقصانات کا بھی تذکرہ کرسکتا ہے۔ضروری نہیں کہ ایسی سیاسی ،معاشی یا سماجی پیش گوئی اخبار کی جانی پہچانی پالیسی کے عین مطابق ہو۔

صحافت کی قدیم روایات کے مطابق اخبار کا اداریہ نگار عوام کے ضمیر کا پاسبان سمجھا جاتا رہا ہے۔اچھے اور برے کی تمیز کی جانب اشارے دینا اداریہ نگار کا اخلاقی فریضہ ہے۔اداریہ نگار کسی بات کی حمایت کرتا ہے تو اطمینان بخش ثبوت اور دلائل کے ساتھ اور اسی طرح کسی بات کی کھل کر مخالفت کرتا ہے تو بھی وہ اپنے غیض و غضب کی حقیقی وجہ بیان کرتا ہے۔اداریہ نگار ثنا خواں ہو یا جنگجو اس کا ہر فعل ایک

دانشورانہ فعل سمجھا جاتا ہے۔ اقدار کی حفاظت کرنا وہ اپنی اخلاقی پابندی تصور کرتا ہے۔ کبھی وہ مذہبی پیشوا کی طرح تلقین کرتا ہے اور کبھی قانون داں یا آئینی علوم کے ماہر کی طرح معاملہ کی بنیادی اہمیت کی تشریح کرتا ہے۔ وہ ہر افادی تحریک کی سرپرستی کرتا ہے اور ہر غلط روش کی مذمت کرتا ہے۔

کسی بھی اداریہ کی سرخی بہتر ہو اور ہر صحافیانہ تحریر کی طرح ابتدائیہ جملے کافی دلکش ہوں۔ یہ ایک عام مشاہدہ ہے کہ بہت کم قارئین اداریہ پڑھتے ہیں اور کچھ قارئین ایسے ہیں جو اداریہ پڑھے بغیر چین نہیں لیتے۔ عموماً اعلیٰ تعلیم یافتہ لوگ اداریہ پڑھنے کے عادی ہوتے ہیں۔ ہندوستان میں آج بھی اداریے کافی طویل ہوتے ہیں جبکہ مغربی ممالک میں، مختصر اداریوں کا رواج عام ہوتا جا رہا ہے۔ اداریہ کے لیے موضوع کا انتخاب بھی ایک اہم مرحلہ ہے۔ مدیر ایسے موضوع پر رائے زنی کرے جس میں زیادہ سے زیادہ قارئین کی دلچسپی ہو۔ قاری خواہ کتنا ہی مصروف کیوں نہ ہو اگر اُس کے مرغوب موضوع پر اداریہ شائع ہوا ہو تو وہ ضرور پڑھے گا۔ بدقسمتی سے ایک عام خیال جڑ پکڑ گیا ہے کہ اداریے غیر دلچسپ ہوتے ہیں اور عام فہم زبان میں نہیں ہوتے۔ اس غلط فہمی کو دور کرنا ضروری ہے اور اس کے لیے یہ بھی ضروری ہے کہ اداریے سیدھی سادی زبان میں تحریر ہوں۔ آج تک کسی ماہر نے یہ ہدایت نہیں دی ہے کہ اداریہ کا ایک ادبی شاہکار ہونا ضروری ہے۔ اداریہ کا عین مقصد ہی خبر کی تشریح اور کسی معاملہ کی وکالت ہے۔ لہٰذا اداریہ سلیس زبان میں تحریر ہو تو زیادہ سے زیادہ قارئین کی توجہ کا موجب بنتا ہے۔

دوسروں کی مدد اور تعاون کے بغیر کوئی ادارہ دنیا میں سرخ رُو نہیں ہو سکتا۔ حکومتوں کی جانب سے قوانین بنتے ہیں۔ مذہبی پیشوا اخلاقی تعلیم کے اصول واضح کرتے رہتے ہیں۔ تعلیمی اداروں کے ذریعہ علم و عمل کی ہدایات جاری ہوتی رہتی ہیں۔ اخبارات ایسے متعدد اداروں سے تعاون کرتے ہیں اور انسانی زندگی کی قدروں کی سرپرستی کرتے ہیں۔ اداریہ اخبار کے پاس ایک آلہ ہے جس کے صحیح استعمال سے حیات کے ہر شعبہ کی نگرانی، حمایت اور معاونت ممکن ہے۔

دنیا میں تنازعات سے چھٹکارا پانا مشکل ہی نہیں ناممکن ہے۔ فیصلے ہوتے تو ہیں مگر آسانی سے نہیں ہوتے۔ عوام حقائق چاہتے ہیں اور ساتھ ہی حقائق کی صحیح توجیہہ کے بھی خواہاں رہتے ہیں۔

ادار یہ کے اقسام

عام طور سے اداریے تین قسم کے ہوتے ہیں: (۱) وہ جو اطلاعات بہم پہنچاتے ہیں ۔(۲) وہ جو قارئین پر اپنا اثر و رسوخ جمانا چاہتے ہیں، اور (۳) وہ جو قارئین کو محفوظ کرنا چاہتے ہیں۔

طرز کی بنیاد پر اداریے بیانیہ تشریحی یا منطقی ہوتے ہیں۔

مضمون کے اعتبار سے اداریے سیاسی، سماجی، اقتصادی، جمالیاتی یا سائنسی ہوتے ہیں۔

آمد کی نوعیت سے اداریے دانش ورانہ ہوتے ہیں یا جذباتی۔

وسیلوں کے لحاظ سے وہ عملۂ ادارت یا سنیڈیکٹ اداروں یا رضا کارانہ (آزاد قلم) قلمی معاونین کی جانب سے ملتے ہیں۔ مؤخر الذکر ''مہمان اداریہ'' یا Guest Editorial کہلاتا ہے۔ اداریہ ایک سرسری انشائیہ بھی ہوسکتا ہے اور تحریر کا ایک یادگار شہ پارہ بھی بن سکتا ہے۔

کسی بھی اخبار کا وہ صفحہ جس پر اداریہ شائع ہوتا ہے اخبار ا''دل'' کہلاتا ہے۔ اداریہ والے صفحات پر کالم، کارٹون، قارئین کے خطوط، خصوصی مضامین وغیرہ بھی شائع ہوتے ہیں۔ یعنی ایسے صفحہ پر ''خبری'' مواد کے بجائے ''رائے'' والے مواد کو ہر طرح سے ترجیح دی جاتی ہے۔ بحث و مباحثے بھی اسی صفحہ پر شائع ہوتے ہیں۔

اطلاعاتی اداریہ

عصری سماج ایک پیچیدہ سماج ہے جس میں کئی الجھنیں، پریشانیاں، مسائل اور تنازعات ہیں۔ایک عام قاری اکثر و بیشتر ایسے محسوس کرتا ہے جیسے وہ کسی فلم شو میں دیر سے آیا ہے، فلم شروع ہو چکی ہے اور وہ یہ جاننے کے لیے بے تاب ہے کہ اب تک فلم میں کیا ہوا ہے۔اخبار کا قاری بھی ایک دیر سے آئے ہوئے تماشائی کی طرح یہ جاننا چاہتا ہے کہ ''شروع سے کیا ہوا؟''، ''اب تک کیا بات ہوئی؟'' یا ''اصل معاملہ کیا ہے؟'' ایسے معصوم سوالات کے جوابات وہ ایک اداریہ کی مدد سے حاصل کر سکتا ہے۔اطلاعاتی اداریہ میں کسی بھی اہم معاملہ کی تشریح ابتدا سے کی جاتی ہے اداریہ اشارہ دیا جاتا ہے کہ معاملہ کہاں تک پہنچا ہے اداریہ اگر بے لاگ اور غیر جانبدارانہ ہو تو قاری کی نظر میں اخبار کی وقعت بڑھ جاتی ہے۔اطلاعاتی اداریہ میں عموماً کوئی رائے شامل نہیں کی جاتی۔یہ اداریہ کم و بیش ایک خبر ہی کی طرح ہوتا ہے مگر عام خبر میں اتنے نکات نہیں مل پاتے جتنے ایک اداریہ میں دیے جا سکتے ہیں۔

متاثر کن اداریہ

آزاد اور جمہوری ممالک میں ہر باشندہ سمجھتا ہے کہ اُسے اپنی رائے رکھنے کا پورا حق ہے۔ ہندوستان کے آئین میں بھی ہر شہری کو رائے کی آزادی عطا کی گئی ہے۔آزاد شہری نہ صرف اپنی رائے رکھ سکتا ہے بلکہ اسے اپنی رائے کے محاسن دوسروں پر ظاہر کرنے کی بھی پوری سہولت اور اجازت رہتی ہے۔اداریہ اپنے دلائل کے ساتھ قاری

کی رائے کو متاثر کرنے کی کوشش کرسکتا ہے اور اسے کسی قسم کی روک ٹوک نہیں ہے۔ قاری پر اپنا رسوخ استعمال کرنے کے لیے اداریہ نگار براہ راست یا بالراست کوشش کر سکتا ہے۔عمومی طور پر وہ اداریے زیادہ پسندیدہ نظروں سے دیکھے جاتے ہیں جن میں کوئی تخلیقی تحریک ہو یا ایک واضح فیضان ہو۔حوصلہ افزا اداریوں کو بھی وقیع نظروں سے دیکھا جاتا ہے۔تعریفی اور توصیفی اداریوں کی بھی قدر دانی ہوتی ہے۔انتقامی جذبات کی تبلیغ کرنے والے اداریے اچھی نظروں سے نہیں دیکھے جاتے۔

منطقی اداریہ میں یہ مطالبہ کیا جاتا ہے کہ کسی بھی اہم مسئلہ کو حل کرنے کے لیے کون سی تدابیر اختیار کی جائیں۔اگر منضبط طریقہ اپنائے تو اداریہ نگار کسی بھی مسئلہ کو پیش کرتے ہوئے ملنے والی تمام شہادتوں کا تجزیہ کرے گا، پھر اپنی جانب سے مسئلہ کے ممکنہ حل یا آسان حل کی سفارش کرے گا۔ایسے اداریوں میں وہی لہجہ استعمال ہوتا ہے جو عموماً بحث مباحثوں میں اپنایا جاتا ہے۔مؤثر الفاظ استعمال کیے جاتے ہیں، بات منوانے کی کوشش کی جاتی ہے۔مسئلہ کے تمام پہلوؤں کو نمایاں کرکے مطابقت اور مماثلت کی نشاندہی کی جاتی ہے۔ایسے اثر طلب اداریوں کا مدلل ہونا ضروری ہے۔ ہر بات معقول، معتدل اور مدلل ہونی ضروری ہے۔غیر ضروری ثبوت دینے کی ضرورت نہیں۔ابہام سے بچا جائے۔مفروضہ باتوں سے احتراز ہو۔خود بینی اور تعلی سے ممکنہ حد تک پرہیز کیا جائے۔

پر لطف اداریہ

ماہر مدیر اپنے اخبارات کو انسانی دلچسپی کی خبروں سے پُر لطف بناتے ہیں کبھی کبھی انسانی دلچسپی کے فیچر کے ذریعہ اخبار کے صفحات چمکاتے ہیں۔ بعض اوقات وہ اداریوں میں بھی دل بہلاوے کا اہتمام کرتے ہیں۔ جب کوئی ایسا واقعہ پیش آتا ہے جس میں انسانی دلچسپی کا عنصر بہت طاقتور ہوتا ہے اور عوام میں وہ مقبول موضوع گفتگو بن جاتا ہے تو مدیر بھی ہلکے پھلکے انداز میں ایسا اداریہ لکھتے ہیں جس سے قارئین کی تفریح ہو جائے۔ ایسے اداریہ میں طنز و مزاح کی چاشنی ہوتی ہے، تبسم ریز یا قہقہہ انگیز باتیں درج کی جاتی ہیں۔ انسانی روایات یا احساسات پر ہلکی چوٹیں کی جاتی ہیں، کبھی کبھی مذاق ہی میں پتہ کی باتیں بھی کہہ دی جاتی ہیں۔

کسی چڑیا گھر میں ایک ناگ سانپ نے بھوک ہڑتال کر دی تھی تو ایک اخبار نے اس دلچسپ واقعہ پر ایک پر لطف اداریہ لکھا۔ ایک سابق فوجی افسر نے طیش میں آکر اپنی ٹیلی ویژن سیٹ کے پردے پر گولی چلائی تو مدیر کو اس واقعہ پر ایک تفریحی اداریہ لکھنے کا موقعہ ہاتھ آ گیا۔ کسی گاؤں میں برسات کے دیوتا کو منانے کے لیے گدھے اور گدھی کی شادی منعقد ہوئی تو یہ واقعہ دلچسپ اداریہ کے لیے ایک عمدہ موضوع بن گیا۔

اداریہ نگاری کے عام مسائل

اداریہ کی مقبولیت اور غیر مقبولیت پر بہت کچھ کہا اور سنا جا چکا ہے۔ بعض انتہا پسند تو یہاں تک کہتے ہیں کہ اخبارات سے اداریے ختم ہی کر دیے جائیں اور اس کے بجائے تمام تر توجہ صرف روزمرہ کے واقعات کی صحیح عکاسی پر دی جائے۔ ایک اندازہ ہے کہ اداریہ بمشکل ۷ فی صد قارئین پڑھتے ہیں مگر اداریوں کو یکسر صحافت کی دنیا سے خارج کر دینا ناممکن ہے۔ ریڈیو اور ٹیلی ویژن کے سخت مقابلوں کے باوجود آج بھی عوام کا اعتماد اخبارات پر باقی ہے۔ اور اداریہ کے بغیر کامیاب اخبار کا تصور ہی مشکل ہے۔ اداریہ کی اہمیت اور مقبولیت میں لاکھ کمی آئے مگر اداریوں کو صفحۂ ہستی سے مٹانے کی کوشش بارآور نہیں ہوگی۔ جب تک اخبارات قائم ہیں اداریہ اور اداریہ نگار قائم رہیں گے۔

ایک سائنس داں کی طرح اداریہ نگار غور و فکر سے کام لے تو وہ ایک بہتر اداریہ تحریر کر سکتا ہے۔ جس طرح ہر تصویر کے دو رخ ہوتے ہیں تفکر کے بھی دو رخ ہوتے ہیں۔ ہم حق بات تک پہنچنے کی کوشش کرتے ہیں اور ہر غلط بات کی مخالفت کرتے ہیں۔ ہماری حق تلاشی اور حق پرستی کو جلا بخشنے کے لیے دیگر افراد کے طرزِ تفکر کی غلطیوں کو پکڑنا ضروری ہوتا ہے۔ جہاں ہمیں دوسروں کی لغزشوں کا جلد اور صحیح اندازہ ہوتا ہے۔ وہاں ہماری خود کی غور و فکر کی اہلیتوں میں بھی توانائی پیدا ہوتی ہے۔

خبر اور پروپیگنڈہ کے درمیان جو لکیر ہوتی ہے وہ بہت باریک ہوا کرتی ہے۔ اداریہ نگار کا بھی یہ فرض ہے کہ وہ خالص خبر اور تشہیری مواد میں صحیح طور پر تمیز کرے۔

انسان خطا کا پتلا ہے، کبھی کبھی بھول چوک بھی ہو جاتی ہے۔ مگر جیسے ہی کسی غلط راہ روی کا اشارہ ملے اداریہ نگار اپنے آپ کو جلد سنبھال لے۔ سیاسی دنیا میں ابن الوقت اور خودغرض انسانوں کی بہتات ہے۔ اپنا مطلب نکالنے کے لیے وہ کسی بھی ہتھکنڈے کو اپنانے کے لیے تیار ہو جاتے ہیں۔ اداریہ نگار ایسے استحصال سے اپنا دامن بچائے رکھے۔

اداریہ نگاری ایک ایسی ذمہ داری ہے جس میں کبھی ایک دوست کے خلاف لکھنا پڑتا ہے اور کبھی ایک دشمن کو آفریں کہنا پڑتا ہے۔ فرض شناسی سے اداریہ نگار کو ہمیشہ کام لینا پڑتا ہے۔ اداریہ نگاری ایک ایسا کام ہے جس میں کسی چاہنے والے سے بھی مخالفت ہو جاتی ہے۔ صرف اس لیے کسی شخص کی غلطیوں کو نظر انداز نہیں کر دیا جا سکتا کہ وہ اداریہ نگار کا دوست ہے۔ اگر کسی سرکاری عہدہ دار نے اپنے فرائض کی انجام دہی میں کوتاہی کی ہے تو نجی تعلقات کی خوشگواری میں خلل پڑنے کا خوف کیے بغیر متعلقہ افسر کی نکتہ چینی کرنی ہوتی ہے۔

جیسے ہی کسی فرد یا ادارہ پر اداریہ شائع ہوتا ہے متعلقہ فرد یا ادارہ کے عہدہ داروں کی جانب سے شکوہ یا گلہ کرنے کا سلسلہ شروع ہو جاتا ہے۔ مدیر کا یہ فرض ہے کہ وہ ایسی زبانی یا تحریری شکایات کا بے باکی سے جواب دے۔ یہ طے ہے کہ کوئی بھی فرد تمام افراد کی خوشنودی کا باعث نہیں ہو سکتا۔ اداریہ نگار کے ہاتھ میں ایک تلوار ہوتی ہے اور ایک پرچم ہوتا ہے۔ ایک اداریہ کسی کی خوشی کا ذریعہ ہوتا ہے تو کسی کے لیے رنج کا۔ اداریہ نگاری بھی ایک طرح سے ایک جنگ ہے جس میں فتح کی امید بھی

ہے اور شکست کا خوف بھی ہمیشہ لگا رہتا ہے۔ اداریہ میں اکثریتی فرقہ کے احساسات کا بھی لحاظ رکھنا پڑتا ہے اور ساتھ ہی اقلیتی جماعتوں کے ساتھ بے انصافی بھی برتی نہیں جاسکتی۔ اداریہ پڑھ کر کوئی فرد غلط فہمی میں مبتلا ہو جائے تو اس کی غلط فہمی کا ازالہ ہو سکتا ہے، مگر وہ اداریہ سے ہی ناراضگی کا اظہار کرے تو مدیر کچھ نہیں کر سکتا۔ اداریہ ایک تیر ہے جو کمان سے چھوٹنے کے بعد واپس نہیں آتا اور یہ بھی ممکن نہیں کہ کسی اداریہ کے لیے کوئی مدیر کسی سے ہاتھ جوڑ کر معافی مانگ لے یا معذرت طلب کرلے۔

آج کل مدیران کا سب سے بڑا مسئلہ اپنے مالکوں کو خوش رکھنے کا ہے۔ ماضی قریب میں کئی ایسے اہم واقعات رونما ہوئے ہیں جن میں نامی گرامی مدیروں کو اپنے اعلیٰ عہدوں سے صرف اس لیے برطرف کر دیا گیا کہ انہوں نے اخبار کے مالکان کی پالیسی کی خلاف ورزی کرتے ہوئے اپنے خیالات کا اظہار کیا تھا۔ اخبارات ہمیشہ پریس کی آزادی کا مطالبہ کرتے رہتے ہیں مگر کبھی کبھی ماہر اور مشہور مدیر بھی ناشرین اور مالکوں کے ذاتی قہر کی قربان گاہ کی بھینٹ چڑھ جاتے ہیں۔ ہندوستان میں یہ مسئلہ بڑی سنجیدگی اختیار کر گیا ہے۔ اگر مدیر اپنے مالکوں کی پالیسی پر کاربند رہنے کی کوشش کرتا ہے تو وہ روٹی کا غلام بن کر ضمیر سے بغاوت کا ملزم ٹھہرایا جاتا ہے اور اگر اپنی ایمانداری جتانے کی کوشش کرتا ہے تو ملازمت سے ہاتھ دھو بیٹھتا ہے اور صحافی حلقوں میں کافی خفت اٹھاتا ہے۔ اپنے ضمیر کی آواز کو پہچان کر اپنی کرسی ادارت سے مستعفی ہونے والے مدیر کی توصیف تو ہو جاتی ہے مگر اس کی مالی امداد کے لیے

کوئی آگے نہیں بڑھتا۔ یہ ایک عظیم پیشہ وارانہ کشمکش ہے۔ اس پیچیدہ مسئلہ کی اہمیت اس لیے بھی بڑھ گئی ہے کہ ہندوستان کے تقریباً تمام بڑے اخبارات پر ملک کے بڑے صنعت کاروں کا قبضہ ہے اور یہ صنعت کار اپنے دیگر تجارتی مفادات کی خاطر حکومت سے الجھنا نہیں چاہتے۔ مدیروں کی آزادی کا مسئلہ ایک بہت بڑا مسئلہ بنا ہوا ہے جس پر مختلف زاویوں سے بحث و مباحثہ ہوتا رہتا ہے۔ بہر صورت اکثریت یہی محسوس کرتی ہے کہ مدیروں کو اداریہ نگاری میں مکمل آزادی رہنی چاہیے اور مالکان اپنے مفاد کے پیش نظر اداریوں کے تقدس کو داغ دار نہ بنائیں۔

اداریہ ایک اچھے ذوق کے ساتھ لکھا جانا چاہیے۔ تحریر میں نفاست ہو، مذاقِ سلیم کا تقاضہ ہے کہ اداریہ ایسے سلیقہ سے لکھا جائے کہ ہر عمر اور شعبۂ حیات کے لوگ یکساں دلچسپی کے ساتھ پڑھیں اداریہ کا مخصوص صفحہ پر ہونا ضروری ہے تا کہ وہ غیر خبری مواد ثابت ہو۔ آج کل بڑے اخبارات میں حد درجہ اہم ترین معاملات پر اداریے صفحہ اول پر پہلے کالم میں دیے جاتے ہیں مثلاً شریمتی اندرا گاندھی کے سنسنی خیز اور افسوس ناک قتل پر کئی اہم اخبارات نے اداریہ پہلے صفحہ پر ہی شائع کیا۔ مرکزی بجٹ میں اہم اعلانات ہوں تو اداریہ پہلے صفحہ پر دیا جاتا ہے۔

یہ کوئی ضروری نہیں کہ اداریہ وہی بات دہرائے جو اکثریت دہرا رہی ہے۔ اور یہ بھی ضروری نہیں کہ وہ بات کہہ دی جائے جو اقلیت کہہ رہی ہے۔ اداریہ متعلقہ اخبار کی رائے کے اظہار کا وسیلہ ہے اور مدیر اپنی ہی رائے کے اظہار کا خواہاں ہے مگر کسی مجبوری کے باعث اپنے آپ کو اظہار سے معذور پا رہا ہے تو بہتر ہے کہ وہ

متعلقہ موضوع پر اداریہ ہی نہ لکھے۔ بادلِ ناخواستہ کسی موضوع پر قلم اٹھا کر اگر مدیر اپنی رائے کو پس پشت ڈال کر صرف الفاظ کا ہیر پھیر کرنا چاہے تو یہ ایک غلط اور غیر اصولی کوشش ہوگی۔ قارئین بھی ایسے تذبذب کو بھانپ جائیں گے۔ اداریہ میں شش و پنج کی کیفیت ہرگز نہیں ہونی چاہیے۔ تامل اور تردد کے ساتھ لکھا گیا اداریہ بے اثر اور غیر مقبول ہوگا۔ ہمعصر صحافی ایسے اداریوں پر انگشت نمائی کریں گے۔

اداریہ میں کسی قسم کا شور و شغب نہ ہو۔ دشنام آمیز تحریر اداریہ کا شعار نہیں۔ لعن طعن سے اخبار او قار گر جاتا ہے۔ ہجو کرنے سے اخلاقی اقدار کو ٹھیس پہنچتی ہے۔ اداریہ نگار ذاتی دشمنی فراموش کر لے۔ تنقید برائے تنقید سے احتراز کرنا چاہیے۔ جملہ حقائق استدلال کے ساتھ مؤدب طریقہ پر پیش کیے جائیں۔ قاری کے جذبات برانگیختہ کرنے کی کوشش سے پرہیز کیا جائے۔ احساسات کو چھیڑ کر آگ بھڑکانے سے بچا جائے۔ شعلہ مزاج تحریروں سے قاری کے ذوقِ سلیم کی ہتک نہ کی جائے۔

یہ ضروری نہیں ہے کہ اخبار کا ہر قاری اداریہ نگار کی رائے سے اتفاق کرے۔ اگر قارئین کی اکثریت کو مدیر کی رائے سے اتفاق ہے تو اس کا مطلب یہ نہیں ہو جاتا کہ مدیر کی رائے ہی کا احترام کیا جائے۔ ممکن ہے کہ دیگر اخبارات میں ایسی رائے شائع ہوئی ہو جو بالکل برعکس ہو۔ کسی بھی فرد یا ادارہ یا حکومت کا اداریہ نگار کی رائے سے متفق ہونا نہ کوئی شرط ہے اور نہ کوئی قابلِ تعریف کامیابی۔

اداریہ نگار مکمل بے خوفی سے اداریہ لکھے، اگر تنگ چڑھے قارئین اداریہ پر ناک بھوں چڑھائیں تو چڑھائیں۔ کسی ایک فرد یا گروہ سے ڈر کر مدیر اپنے اداریہ کی

چال ڈھال میں فرق نہ لائے۔کھرا اور صاف اداریہ عام قارئین سے خراجِ تحسین ضرور حاصل کرے گا۔ دنیا ابھی انصاف پسندوں، صاف ذہن انسانوں اور عقلیت پسند افراد سے بالکل خالی نہیں ہوئی ہے۔

اگر آج کا اداریہ چھ ماہ یا ایک سال پہلے لکھے ہوئے اداریہ کے مزاج سے میل نہیں کھاتا تو مدیر کو گھبرانے کی کوئی ضرورت نہیں۔خبریں بدلتی ہیں اور خبروں کے اقدار بدلتے رہتے ہین۔ دنیا تیز رفتاری سے تغیر پذیر ہے۔خبر کی طرح اداریہ بھی تازگی اور عصریت میں یقین و اعتماد رکھتا ہے۔آج کے ماحول میں جس بات کی ترجمانی ''آج''ہورہی ہے یا ہوسکتی ہے وہی ہوگی۔اگر اتفاق سے ایک سال پہلے کی رائے میں تفاوت ہے تو ہچکچاہٹ یا پشیمانی کی چنداں ضرورت نہیں۔وقت کے ساتھ ساج کا مزاج بدلتا ہے۔زمانہ ایک ہی نہج پر ہمیشہ قائم نہیں رہ سکتا۔اسی طرح اداریہ نگاری میں انتہا پسند کٹر پن قائم نہیں رکھا جاسکتا۔ جہاں خبروں میں لوچ ہوتا ہے وہاں اداریہ میں بھی لوچ کا ہونا فطرتی بات ہے۔حالات اور واقعات کی تبدیلی کے ساتھ رویوں میں بھی ردوبدل ممکن ہے۔اخبار ہمعصر ماحول کا نباض اور عکاس ہوتا ہے۔ یہی بات اخبار کی سیاسی پالیسی کے بارے میں بھی کہی جاسکتی ہے۔اگر کوئی اخبار کسی مخصوص سیاسی جماعت کا ماضی میں حامی رہا ہے تو یہ ضروری نہیں کہ وہ رہتی دنیا تک اُسی سیاسی جماعت کا مداح اور ثنا خواں رہے۔اخبار کو اپنی سیاسی طرفداری میں وقتاً فوقتاً تبدیلی لانے سے کوئی قانون روک نہیں سکتا۔ہاں یہ ضرور کہا جاسکتا ہے کہ اخبار بار بار اپنی پالیسیوں میں تبدیلی لاتا رہے تو قارئین اُسے کم ظرفی یا

ابن الوقتی سے محمول کرتے ہیں۔

اکثر و بیشتر بڑے اخبارات میں اداریہ صرف ایک صحافی کی مخصوص ذمہ داری نہیں ہوتی عموماً اداریہ نگاروں کی ایک چھوٹی سی جماعت مل جل کر اداریہ کا مسودہ تیار کرتی ہے۔ ہر دن اخبار کے عملۂ ادارت کے منتخب صحافیوں پر مشتمل ایک مشترکہ نشست ہوتی ہے جسے ''ادارياتی کانفرنس'' Editorial Conference کہا جاتا ہے۔ ایسی نشست میں سب سے پہلے یہ فیصلہ ہوتا ہے کہ کل کے اخبار میں کن موضوعات پر اداریے لکھے جائیں۔ پھر منتخبہ موضوعات کے جملہ اہم پہلوؤں پر گفت وشنید ہوتی ہے۔ ہر شریک صحافی اپنی رائے کا اظہار کرتا ہے۔ باہمی تبادلۂ خیال کے بعد ایک مسودہ اُبھرتا ہے جس پر نظر ثانی ہوتی ہے۔ تمام اراکین یا مدیرِ اعلیٰ کی آخری منظوری کے بعد ایسا اداریہ قابل اشاعت سمجھا جاتا ہے۔ ہر عملۂ ادارت میں مختلف امور کے ماہرین ہوتے ہیں۔ کوئی مدیر مشرِ وسطیٰ کے معاملات پر قابو رکھتا ہے تو کوئی بین الاقوامی قوانین پر کو مالیاتی امور پر حاوی ہوتا ہے تو کوئی آئینی معاملات پر اس طرح اجتماعی طور پر تیار ہونے والا اداریہ قارئین۔۔۔۔۔ کے سامنے آتا ہے۔ یاد رہے کہ ہر اداریہ ہمیشہ ''ہم''، ''ہماری رائے''، ''ہمارے خیال میں'' جیسے الفاظ استعمال کرتا ہے اداریہ کسی ایک شخص کا تحریر کردہ ہو یا عملہ ادارت کے متعدد صحافیوں کی کاوش کا نتیجہ ہو وہاں لفظ ''ہم'' ہی درج ہوگا۔ اسے صحافتی اصطلاح میں ''ایڈیٹوریل وی'' Editorial WE کہتے ہیں اداریہ کو کبھی انفرادی طور پر شائع نہیں کیا گیا ہے اور یہ روایت صدیوں سے ہر ملک میں احتراماً جاری

ہے۔

چھوٹے اخبارات اداریہ نگاری کے مسائل علاحدہ نوعیت کے ہیں۔ مقامی مسائل پر بے باکی سے لکھتے وقت انہیں کئی طرح کے خوف ہوتے ہیں۔ اصولوں پر کار بند ہو کر وہ مقامی حالات پر بے لاگ اداریے لکھ دیں تو طرح طرح کے مصائب کا سامنا کرنا پڑتا ہے۔ ایسے مدیروں کے لیے اداریہ نگاری ایک مشکل اور خطرناک ذمہ داری محسوس ہوتی ہے چھوٹے شہروں میں کتب خانے نہیں ہوتے اور ہوتے بھی ہیں تو بہت کم کتابیں وہاں موجود رہتی ہیں۔ بڑے شہروں اور بڑے اخبارات کے مقابلہ میں چھوٹے اخبارات کو حوالہ جاتی مواد آسانی سے اور جلدی سے دستیاب نہیں ہوتا ان تمام مشکلات کے باوجود چھوٹے اخبارات اداریہ نگاری سے مکمل فرار حاصل نہیں کر سکتے۔ ماحول کی مناسبت سے حالات سے مصالحت کرتے ہوئے اداریے لکھنے پڑتے ہیں چھوٹے اخبارات کو چاہیے کہ حتی الامکان ''مقامی'' حالات پر ہی اداریے تحریر کریں، قومی اور بین الاقوامی معاملات پر اداریہ نگاری کی زحمت گوارا نہ کریں۔ اگر وہ خالص مقامی یا علاقائی مسائل یا حالات یا واقعات پر اداریے تحریر کریں گے تو قارئین بھی زیادہ دلچسپی سے پڑھیں گے اور انہیں تحقیقی مواد جمع کرنے کی صعوبت سے بھی نجات مل جائے گی اداریہ نگاری کے لیے کوئی حدود مقرر نہیں ہیں کسی بھی چھوٹے سے چھوٹے اخبار کو بڑے سے بڑے عالمی معاملہ پر رائے زنی کرنے کی ممانعت نہیں ہے مگر بات جچے گی نہیں کہ ایک مقامی اشاعت والا مختصر سا اخبار کسی بڑی عالمی شخصیت یا عالمگیر واقعہ پر زور دار

اداریہ لکھے زیادہ سے زیادہ ضلعی، علاقائی یا صوبائی معاملات کو اداریوں کا موضوع بنا لے۔ مقامی حالات کو زیادہ اہمیت دے کر چھوٹے اخبارات تعمیری خدمت انجام دے سکیں گے قومی یا بین الاقوامی یا عالمی سطح کے واقعات پر اداریہ نگاری کو وہ وقار کا مسئلہ نہ بنائیں وہ اس قسم کا سوال نہ کریں کہ جب سارا ملک کسی ایک اہم مسئلہ سے دوچار ہے تو ہم کیوں مقامی راستوں پر جمع کوڑے کرکٹ کے ڈھیروں کی صفائی کے معاملہ کو اہمیت دیں؟ اگر ٹھنڈی دل سے سوچا جائے تو مقامی باشندوں کے لیے مٹی کے تیل کی فراہمی میں بدنظمی کا مسئلہ اصل مسئلہ سے زیادہ اہم ہے کہ عرب ممالک پٹرولیم مصنوعات کی برآمدی پالیسی میں تبدیلی لائیں یا نہ لائیں دنیا بھر میں آج کل ''طبقہ دارانہ صحافت'' Community Journalism کو زیادہ اہمیت دی جا رہی ہے اور سفارش کی جاتی ہے کہ چھوٹے اخبارات اپنی برد باری کے اراکین کی فلاح و بہبود کو زیادہ سے زیادہ اہمیت دیں ہر ملک کے مختلف حصوں میں ایسے اخبارات کی ضرورت محسوس کی جارہی ہے جو اپنے محدود حلقہ اشاعت کے افراد کے عام مسائل کی عکاسی کریں ترقی پذیر ممالک میں ایسے متصدی جرائد کی حوصلہ افزائی بہت ضروری ہے۔

رائے عامہ کی عکاسی

ہر معاشرہ میں انسانی امور، انفرادی تعلقات، عوامی مسائل اور عملی مساعی کے بارے میں عام دلچسپی پائی جاتی ہے جہاں اطلاعات ہوتی ہیں وہاں رائے کی

موجودگی یقینی ہے جہاں عوام ہیں وہاں رویے، رجحانات اور خیالات ضرور ہوتے ہیں معاشرہ مہذب ہو یا غیر مہذب، سادہ ہو یا ترقی یافتہ، قدامت پرست ہو یا جدت پسند اپنی خصوصیات کا حامل ہوتا ہے ہر ماحول میں جاہل بھی ہوتے ہیں اور اعلا تعلیم یافتہ بھی، سطحی انسان بھی ہوتے ہیں اور مخصوص معاملات کے ماہرین بھی، جہاں انسان ہیں وہاں گفت وشنید ہے، جہاں امور ہیں وہاں تبادلہ خیال ناگزیر ہے۔ خیالات یا نظریات کے اظہار کے لیے گفتگو، حرکات، طباعت، تصاویر اور نشر و اشاعت کا استعمال ہوتا ہے جہاں کہیں کوئی نرالی یا انوکھی یا اچھوتی بات سامنے آتی ہے بحث ومباحثہ میں لامحالہ اضافہ ہو جاتا ہے تنازعات اور جھگڑے موجود ہوں تو باہمی گفتگو زیادہ ہو جاتی ہے کہتے ہیں کہ خوش اور امن پسند عوام کی تاریخ سرے سے ہوتی ہی نہیں اور اگر ہوتی بھی ہے تو بہت مختصر ہوتی ہے بہ الفاظ دگر جہاں نظریات میں اختلاف ہے وہاں بات کافی بڑھتی ہے۔

آج کل زندگی کے ہر شعبہ عمل میں وسعت آ گئی ہے عام آدمی بھی زیادہ سے زیادہ معلومات کی دنیا سے قریب تر ہو گیا ہے۔ تفصیلی اعلانات کی فراوانی نے ہر انسان کے رویہ کو متاثر کیا ہے خواندہ اور ناخواندہ کسی نہ کسی وسیلے سے معاملات اور امور کا علم حاصل کر لیتے ہیں ایسی ترقی سے ثقافتی ماحول بھی سدھر رہا ہے اور مسلسل نکھر رہا ہے۔ عصری زندگی میں عام انسان بھی اخبارات یا ریڈیو یا ٹیلی ویژن کے ذریعہ خبریں پڑھنے یا سننے یا دیکھنے کا عادی اور شوقین بن گاے ہے۔ خبروں کی مقبولیت کے ساتھ ساتھ عوامی رائے کی اہمیت بھی یکساں بڑھتی جا رہی ہے۔

معلومات کے بغیر کسی بات پر نہ بحث کی جا سکتی ہے اور نہ کوئی رائے ظاہر کی جا سکتی ہے جدید دنیا کا انسان اطلاعات اور معلومات ہی کے سہارے اپنے معیار کا تعین کر رہا ہے معیار کی وجہ سے کئی مسائل پر تبادلہ خیال محدود یا محتاط ہو جاتا ہے کچھ مسائل ایسے ہوتے ہیں جن پر بعض مقامات پر گفت وشنید نہیں ہو سکتی۔ ویسے یہ سمجھا جاتا ہے کہ ہر معاملہ پر اور ہر مسئلہ پر دو بدو گفتگو بھی ہو سکتی ہے اور رائے کا اظہار بھی ہو سکتا ہے جہاں کوئی بات طے شدہ ہوتی ہے یا تسلیم شدہ ہوتی ہے، وہاں بحث یا رائے زنی کی ضرورت ہی محسوس نہیں ہوتی۔ رائے عامہ کا سوال اسی وقت اٹھتا ہے جب کہیں کوئی تنازعہ ہوتا ہے۔ رائے کسی بھی متنازع فیہ معاملہ پر خیال یا گمان یا قیاس کا اظہار ہے۔ رائے پر عقیدہ کا اثر بھی حاوی ہو سکتا ہے۔ کسی چیز کی نسبت کسی ماہر فن کا مشورہ بھی رائے ہی کہلاتا ہے جہاں اختلاف ہے وہاں رائے کی موجودگی ہے رائے زبانی بھی ظاہر کی جا سکتی ہے اور حرکات سے بھی۔

جہاں اختلافات بڑھتے ہیں وہاں خیالات اور مشورے بھی زیادہ پرورش پاتے ہیں صبح کا اخبار پڑھتے وقت کسی بھی قاری کے سامنے کئی ایسے معاملات آتے ہیں جس میں تنازعہ کا عنصر نمایاں ہوتا ہے۔ اخبار کے مطالعہ کے ساتھ ساتھ ہی قاری کے ذہن میں خیال، قیاس اور گمان پروان چڑھتے رہتے ہیں اور یہ ضروری نہیں کہ وہ ان خیالات کا اظہار کرے کئی خیالات ایسے ہیں جو ذہن میں ابھرتے ہیں اور آن کی آن میں ہمیشہ کے لیے غائب بھی ہو جایا کرتے ہیں اکثر و بیشتر کسی سے کسی معاملہ پر رائے دریافت کی جاتی ہے اور ایسے موقعوں پر رائے یک لخت زبان سے

نہیں نکل جاتی، کچھ نہ کچھ لمحات وہ فرد اپنے ذہن پر بار ڈال کر دم لے کر ہی اپنے رجحان کا اشارہ دیتا ہے یا صاف صاف الفاظ میں کہہ دیتا ہے کہ وہ اپنی رائے محفوظ رکھنا چاہتا ہے بات جتنی متنازع ہوتی ہے انسان اتنا ہی محتاط ہو جاتا ہے جب کسی معاملہ پر کئی جہات سے اس پر اثر ڈالنے کی کوشش کی جاتی ہے تو متعلقہ انسان اپنی رائے کو اپنے ہی ذہن میں کھنگالنا شروع کر دیتا ہے اور اپنی رائے ظاہر کرنے سے پہلے کافی غور وفکر سے کام لیتا ہے۔ جہاں غور رہوتا ہے وہاں ذہن میں کافی انتشار رہوتا ہے کئی مسائل ایسے ہوتے ہیں جن کے بارے میں سوچ کر انسان الجھن، برہمی، ابتری، پریشانی، گڑبڑی یا پراگندگی محسوس کرتا ہے دیہاتی باشندہ جب شہر میں آتا ہے تو عجیب ذہنی کشمکش میں مبتلا رہتا ہے کیونکہ دیہی اقدار اور شہری اقدار میں بہت تفاوت رہتا ہے۔ خاندان اور جماعت میں فرد کے سوچنے کا ڈھنگ جدا رہتا ہے۔ اور قومی مسائل پر وہ الگ ہی طرز سے سوچتا ہے الفت، نفرت، خوف اور ہمدردی جیسے جذبات میں بھی تفکر کا زیادہ حصہ رہتا ہے۔ انسان کے طرز خیال کا گہرا اثر اس کے برتاو پر بھی پڑتا ہے۔ رجحانات میں تبدیلی رائے کی تشکیل کے بعد ہی ہوا کرتی ہے۔

''رائے عامہ'' Public Opinion ایک اہم اور عالمی طور پر مقبول اصطلاح ہے کہیں ''عام عقائد'' کو رائے عامہ کہتے ہیں تو کہیں عوامی خیالات کے رجحانات سے مراد لی جاتی ہے اکثریت کے طرز خیال، زیادہ پھیلے ہوئے انداز فکر اور کسی بھی جماعت میں پائی جانے والی ذہنی کیفیت کو بھی ''رائے عامہ'' کہا گیا ہے عوام کی

رائے کبھی سرسری طور پر شکل پا جاتی ہے اور کبھی منطقی دلائل جاننے کے بعد ابھرتی ہے کبھی رائے خود کے نجی خیالات کا پرتو ہوتی ہے اور کبھی کسی کی باتوں میں آ کر بنالی جاتی ہے اتفاق رائے کی صورت بھی رائے عامہ کہلاتی ہے اردو میں اسے ''زبان خلق'' کہا گیا ہے۔

رائے عامہ پر احساسات، جذبات، اور تصورات کا گہرا اثر ہوتا ہے۔رائے کا اظہار کسی نہ کسی ذریعہ یا وسیلہ سے ہوتا ہے اکثریت کی رائے بھی رائے عامہ نہیں کہلاتی اسی لیے کسی بھی جمہوری نظام میں اقلیتوں کی رائے کا یکساں احترام کیا جاتا ہے کچھ محققین نے رائے عامہ کو ''عوامی ضمیر'' کے نام سے بھی یاد کیا ہے ''عوام کا خیال ہے۔۔۔'' ''عوام یہ چاہتے ہیں کہ۔۔۔۔'' ''رائے عامہ اس بات کی زبردست مخالفت کررہی ہے۔۔۔۔'' رائے عامہ نے اس تجویز کا خیر مقدم کیا ہے جیسے فقرے ہمارے اخبارات میں عام ہیں ایک کافی مشہور محاورہ ہے Vox Populi Vox Dei جس کا مطلب ہے عوام کی آواز اللہ کی آواز ہے اسے اردو کے اس شعر میں اچھی طرح نبھایا گیا ہے:

بجا کہے جسے عالم اسے بجا سمجھو
زبان خلق کو نقارہ خدا سمجھو

اخبارات رائے عامہ کے ترجمان کہے جاتے ہیں عوامی رائے کو متاثر کرنے میں اخبارات ورسائل کا اہم کردار ہوتا ہے ہر روز اخبارات کے ذریعہ عوام کے خرید وفروخت کے رجحانات پر اثر ڈالا جاتا ہے معاشی معاملات پر عوامی رائے بنائی جاتی

ہے، انتخابات میں ووٹ ڈالنے کے فیصلوں کو متاثر کیا جاتا ہے یہ طے ہے کہ اخبارات کی قارئین کے ذہن پر گرفت مضبوط ہوتی ہے۔ روزانہ اخبارات صحیح معنوں میں عصری زندگی میں موجود رائے عامہ کے نباض اور عکاس ہوتے ہیں۔

روزناموں میں شائع ہونے والا تمام مواد متنازعہ نہیں ہوتا۔ اخبار میں شائع ہونے والی کئی چیزیں ایسی ہوتی ہیں جن پر رائے زنی کی ضرورت نہیں ہوتی مثلاً موسم کے بارے میں اطلاعات، ریڈیو اور ٹیلیویژن پروگرام، ریل اور بس کے اوقات، سینما پروگرام، سلسلہ وار، ناول، رحلت کی خبریں، نسوانی صفحہ، بچوں کا صفحہ وغیرہ۔ ان کے علاوہ کئی ایسی خبریں ہوتی ہیں جن پر عوامی رائے کا اظہار ہوسکتا ہے مثلاً خودکشی کی اطلاعات، طلاق کی خبریں، غبن کے واقعات، جرائم کی تفصیلات، اغوا کی واردات وغیرہ۔ اشتہارات میں اکثر و بیشتر اشیاء برائے فروخت کی تعریف وتوصیف ہوتی ہے اور قارئین کو ترغیب دی جاتی ہے کہ وہ مشتہر اشیاء کی خریداری یا خدمات کی حوصلہ افزائی کریں۔

اخبارات کے رائے عامہ پر اثر اندازی کے معیار ہر معاشرہ میں علاحدہ ہوتے ہیں۔ ہر سماج کے مختلف اقدار ہوتے ہیں اور اخبار کی تاثیر کا انحصار انہی اقدار پر ہوا کرتا ہے۔ کچھ ممالک میں اخبارات کا اثر گہرا اور دیرپا ہوتا ہے تو کچھ ممالک میں دھیما اور عارضی۔ اسی طرح جو بات ایک زبان کے اخبار میں ہوتی ہے وہ اسی **ملک** کے دیگر زبانوں کے اخبارات میں نہیں ہوتی مثلاً جنوبی ہند میں تامل اور ملیالم اخبارات کا اثر قارئین کے خیالات پر بہت زیادہ ہوتا ہے عوامی باہمی تعلقات اکثر

غیر یقینی ہوتے ہیں اور ان کے بارے میں مسلسل مشاہدہ کے بعد ہی کوئی قطعی نتیجہ اخذ کیا جا سکتا ہے جہاں آمرانہ حکومتیں ہیں وہاں اخبارات زندگی کے تقریباً ہر اہم شعبہ کو متاثر کرتے ہیں جب کہ جمہوری ممالک میں رائے کی آزادی کے سبب اثرات مدہم یا معتدل یا منظم ہوتے ہیں ہندوستان میں اخبارات کی آزادی ہے اور اس آئینی آزادی کا بھر پور استعمال کرتے ہوئے اخبارات کافی ذی اثر ثابت ہیں۔ کچھ اخبار جانب دارانہ رویہ اختیار کرتے ہیں، کچھ آزادروی پسند کرتے ہیں اور کچھ ہر معاملہ میں غیر جانب داری برتتے ہیں۔

آج کے بیشتر روزانہ اخبارات کا رجحان خالص تجارتی ہے منافع حاصل کرنا ہر اخبار کا مقصد ہے اس کے لیے ہر اخبار اپنی تعداد اشاعت بڑھانے کی جستجو میں رہتا ہے اپنے قارئین کا اعتماد جیتنے اور اسے قائم رکھنے کے لیے ہر اخبار قارئین کی پسند کا خصوصی لحاظ رکھتا ہے وہی مواد اور زیادہ دیا جاتا ہے جس سے عام قارئین کے مذاق کی تسکین ہو جس چیز کی مانگ ہوتی ہے وہ عموماً فراہم کی جاتی ہے خاص کر ان صفحات اور کالموں پر زیادہ توجہ دی جاتی ہے جو قارئین میں زیادہ مقبول ہیں۔

قارئین کے خطوط

اپنی رائے کے اظہار کے لیے قارئین اپنے محبوب اخبار کے مدیر کے نام خط لکھ کر اپنے خیالات پیش کرتے ہیں۔ تقریباً ہر اہم روزانہ اخبار میں ادارتی صفحہ پر خطوط کی جگہ محفوظ کی جاتی ہے جمہوریت میں قارئین کے خطوط ایک ایسی باضمیر

عدالت کی حیثیت رکھتے ہیں جہاں خصوصی مباحثوں کی عام اجازت ہے اپنے خطوط میں قارئین اپنے مصائب کا حال بیان کر کے دادرسی چاہتے ہیں تکالیف کی تفاصیل کے ساتھ مطالبات ہوتے ہیں کہ چارہ سازی کی جائے غلط باتوں کے تدارک کی خواہش ہوتی ہے بدعنوانیوں کو ٹھیک ٹھاک کرنے کے لیے صلاح و مشورے دیے جاتے ہیں کسی کی غلطی یا غفلت یا بے پرواہی سے سرزد ہونے والے نقصانات کی تلافی کی مانگ ہوتی ہے کسی حقدار کی حق تلفی ہوئی ہو تو حق رسانی کی گذارش کی جاتی ہے خرابیوں کو مٹانا ہر ذی عقل انسان چاہتا ہے عدل کسی کی تمنا ہر کسی کو ہوتی ہے خطوط کے ذریعہ صرف مشکلات ہی کا تذکرہ نہیں ہوتا بلکہ کسی اچھائی کی مناسب و معقول الفاظ میں تعریف بھی کی جاتی ہے کسی اہم فیصلہ کا خیر مقدم کیا جاتا ہے کوئی نئی رعایت سرکاری یا نیم سرکاری اداروں کی جانب سے دی گئی ہے تو مذکورہ ادارہ کا شکریہ ادا کیا جاتا ہے کامرانیوں پر مبارکباد پیش کی جاتی ہے۔ قارئین اخبارات میں شائع ہونے والے خطوط کے ذریعہ کسی خاص مدد اور تعاون کے بھی طلبگار ہوتے ہیں۔ تحقیقی کاموں کے مواد کی تلاش میں سرگرداں محقق نادر مواد اکٹھا کرنے کے لیے اخبارات میں تحریری درخواستوں کو ترجیح دیتے ہیں کسی کو خون یا گردہ یا آنکھوں کی ضرورت ہو تو وہ اخبارات میں خط کے ذریعہ ہمدرد انسانوں کی توجہ جیتنے کی کوشش کرتا ہے خطوط کے وسیلے سے کسی مقالہ نگار یا قائد یا خطیب کے بیان پر نکتہ چینی کی جاتی ہے اگر کسی مضمون نگار یا وزیر یا مبصر کے خیالات کی موافقت یا مخالفت کرنی ہو تو بھی خطوط کا سہارا عمدہ ہوتا ہے قارئین کے خطوط کے مستقل عنوانات بھی دلچسپ ہوتے ہیں مثلاً

عوام کی پارلیمان، آوازِ خلق، جنتا کی عدالت، گنبد کی آواز، کہی سنی، محفل قارئین، قلمدان، تلخ ترش اور شیریں، بات بات میں بات، اظہار رائے۔

قارئین کے خطوط عوام الناس اور حکمرانوں کے درمیان ایک اہم کڑی ہیں قارئین کے خطوط ایک آئینہ ہیں جس میں حکمراں جماعتیں اپنے کیے گئے فیصلوں کا ردعمل دیکھتی ہیں۔ بعض بڑے اخبارات میں آنے والے خطوط کی اتنی بہتات ہوتی ہے کہ ان کو پڑھنے، منتخب کرنے اور قابل اشاعت بنانے کے لیے جداگانہ عملہ متعین ہوتا ہے۔ جہاں تک ہوسکتا ہے لکھنے والوں کی زبان ہی محفوظ رکھی جاتی ہے صرف ہجوں اور اعدادوشمار کی غلطیوں کو صحیح کرنے کی کوشش کی جاتی ہے خطوط مختصر اور جامع ہوں تو پر لطف ہوتے ہیں طویل اور ہیزارکن خطوط کو اکثر ردی کی ٹوکری میں پھینک دیا جاتا ہے۔

خط لکھنے والے کا فرض ہے کہ وہ اپنے خط کے آخر میں اپنے اصلی دستخط کرے اور اپنا مکمل پتہ تحریر کرتے قاری چاہے تو اپنے اصلی نام کے بجائے کوئی فرضی یا اشاراتی نام کی اشاعت کی درخواست کرسکتا ہے مثلاً تکلیف زدہ، خادم قوم، ایک شہری، خیر خواہ عوام، پروانہ اردو اگر فرضی پتہ دیا گیا ہے اور مدیران کو گمان ہو تو وہ اپنے نمائندوں کے ذریعہ تصدیق کی کوشش کرتے ہیں ذرا بھی شک وشبہ ہو تو وہ متعلقہ خط کو اشاعت کے لیے منتخب نہیں کرتے۔ بعض اہم اخبارات میں خط لکھنے والے کا پورا پتہ بھی شائع کردیا جاتا ہے کوئی خط بہت اہم ہو تو لکھنے والے کا عہدہ بھی اہتمام سے شائع ہوتا ہے۔

خطوط کی اشاعت پر خط تحریر کرنے والے قاری کو اخبار کی جانب سے کوئی معاوضہ پیش نہیں کیا جاتا۔ بعض اخبارات میں یہ رواج ہے کہ متعلقہ شمارہ کی ایک کاپی معہ تہنیت قاری کے پتہ پر بذریعہ ڈاک مفت بھیجی جاتی ہے۔ چند ایسے قاری ہوتے ہیں جو اخبار میں اپنے نام کی اشاعت کی خاطر پے در پے خطوط لکھتے رہتے ہیں۔ مگر ایک ہی نام مسلسل خطوط کے کالم میں بار بار نظر آئے تو عام قارئین کو ناگوار ہوگا بعض فلمی اخبارات او ہفت روزہ رسائل میں بہترین خطوط پر انعامات دینے کی روایت بھی چل پڑی ہے۔

صرف وہی قارئین خطوط لکھنے کے عادی وہ جاتے ہیں جو عموماً اعلا تعلیم یافتہ ہیں اور حالات حاضرہ پر گہری نظر رکھتے ہیں اگر کسی قاری نے کسی اہم سوال کا جواب طلب کیا ہے اور ایسا سوال خط کی صورت میں اخبار کے خطوط کے کالم میں آیا ہے تو کوئی نہ کوئی ماہر اپنا معلوماتی جواب خط کی صورت میں بھیجتا ہے جسے اہتمام کے ساتھ شائع کیا جاتا ہے قارئین کے خطوط غیر ضروری الفاظ یا ناگوار طوالت سے بچا کر جاذب نظر سرخی کے ساتھ شائع کیے جاتے ہیں۔

اکثر اصحاب بازار کی کسی دکان میں بیٹھ کر مسائل پر بڑے زور و شور سے گفتگو کرتے ہیں مگر اخبار کے لیے وہی بات تحریر آ مانگی جائے تو بغلیں جھانکنے لگتے ہیں بعض اپنے آپ کو خیالات کے تحریری اظہار کی قابلیت سے عاری پاتے ہیں کم تعلیم یافتہ قارئین کے لیے یہ صورت نکالی جائے کہ انہیں دفتر میں بلایا جائے اور کسی منتخب معاملہ پر ان کے خیالات کو سنا جائے پھر ان خیالات کو ایک خط کی صورت میں لکھ کر

مسودہ پڑھ کر سنایا جائے ترمیم یا اضافہ کے بعد مذکورہ رائے دہندہ کے با قاعدہ دستخط لیے جائیں اور خط شائع کیا جائے۔ بڑے اخبارات کو ایسے اہتمام کی نہ فرصت ہے اور نہ دفتر میں آنے والے خطوط کی قلت۔ چھوٹے اخبارات کو چونکہ مقامی مسائل کی صحیح ترجمانی کرنی ہوتی ہے اور وہ ایسے اشتراک عمل کے لیے وقت نکال سکتے ہیں اس طریقہ کو مقبول بنایا جاسکتا ہے اس طریقہ کار سے مختلف النوع رجحانات کا پتہ چلے گا۔

کبھی کبھی کمسن قاری بھی خط لکھ بھیجتے ہیں ایسے ہونہار بچوں کی ہمت افزائی ضروری ہے عموماً ایسے خطوط میں لڑکے یا لڑکی کی عمر بھی دی جاتی ہے تا کہ دیگر قارئین متاثر ہوں کچھ ایسے انتہاپسند متعصب افراد ہوتے ہیں جو کسی نہ کسی تحریک، جماعت یا مہم سے متعلق رہتے ہیں یسے تشہیر پسند بار بار خط لکھ کر اخبارات کے خطوط کے کالموں کی اہمیت سے ناجائز فائدہ اٹھانے کی کوشش کرتے ہیں ایسے اصحاب عموماً علیحدہ علیحدہ ناموں سے بھی خطوط بھیجتے رہتے ہیں بعض قارئین خطوط کی کاربن کاغذ کی مدد سے بنائی ہوئی نقلیں بھیجتے ہیں جس کا صاف مطلب ہے کہ انہوں نے وہی خط بہ یک وقت کئی اخبارات کو بھیجا ہے۔ ایسے خطوط کو عموماً جگہ نہیں دی جاتی۔ ایک اچھا اخبار ایسے مراسلات شائع نہیں کرنا چاہتا جو دیگر ہمعصر اخبارات میں بھی شائع ہو سکتے ہیں بعض بڑے اخبار تو اس بات پر اصرار کرتے ہیں کہ خط بھیجنے والا مذکورہ خط کے ابتدائی حصہ میں ''خصوصی'' یا Exclusive تحریر کرے یا ساتھ بھیجے ہوئے رسمی خط میں اس بات کی تصدیق کرے کہ وہ خط کسی دوسرے اخبار کو نہیں بھیجا

گیا ہے اگر اتفاق سے کوئی خط ایسا شائع بھی ہو گیا ہے جو دیگر اخبارات میں بھی درج ہے تو ایسے خطوط لکھنے والوں کے نام نوٹ کر لیے جاتے ہیں اور مستقبل میں ان کے خطوط پر توجہ نہیں دی جاتی۔ البتہ چندہ جات، عطیہ جات، تحقیقی مواد کی فراہمی وغیرہ کی التجا کرنے والے خطوط اس شرط سے مستثنیٰ ہیں۔

اخبار میں اشاعت کے لیے آئے ہوئے خط میں کوئی ہتک آمیز پہلو ہے تو احتیاط برتنی ضروری ہے کیونکہ قانونی ذمہ داری خط لکھنے والے پر نہیں بلکہ اخبار کے ناشر پر ہوتی ہے۔ اکثر خطوط میں طعن و تشنیع کے پہلو ہوتے ہیں عموماً اخبار کو لکھے جانے والے خطوط میں الفاظ کی بھر مار ہوتی ہے لہذا طوالت کو ختم کرنے کے ساتھ ہی ساتھ ایسے جملوں کو سختی سے کاٹ دیا جائے جس میں ذرہ بھر بھی ہتک آمیز کا وہم و گمان ہو۔

کچھ اخبارات اپنے عملہ ادارت سے دلچسپ یا اہم خطوط لکھوا کر فرضی ناموں سے شائع کرتے ہیں تاکہ دلچسپی کا سلسلہ قائم رہے یہ ایک ارزاں طریقہ ہے جو اخلاقاً بھی غلط ہے خطوط کو ایک موثر ترین وسیلہ بننے کا موقعہ دیا جائے اور ہر اس غلط رویہ کا انسداد کیا جائے جس سے خطوط کی افادیت او روقعت میں فرق آتا ہے۔

☆☆☆☆☆☆☆

باب 12

کالم نویسی

کالم نویسی جدید صحافت کا ایک اہم حصہ ہے۔ مشہور کالم نویسوں نے حالات حاضرہ پر تبصرہ نگاری کے ذریعہ پیچیدہ معاملات کو سلجھانے اور اہم مسائل کی توضیح کی ذمہ داری کامیابی سے انجام دی ہے کالم نویس اپنی تحریروں میں اپنی رائے ضرور شامل کرتے ہیں بعض کالم اخبارات میں روزانہ شائع ہوتے ہیں اور بعض تین دن میں ایک بار یا بعض ہفتہ میں ایک بار کالم میں تازہ خبروں پر انوکھے انداز میں روشنی ڈالی جاتی ہے اداریہ سے جو کام ہوتا ہے وہی کالم کے ذریعہ وہتا ہے مگر کالم زیادہ شگفتہ اور عموماً غیر رسمی ہوتے ہیں۔ کالم نویس انفرادی طور پر اپنی رائے کی ذمہ داری قبول کرتا ہے رائے ہی نہیں دی جاتی بلکہ یہ بات بھی سمجھائی جاتی ہے کہ رائے قائم کرنے کے صحیح اسباب کیا ہیں۔ اخبارات کالم کے ذریعہ قارئین کے تجسس کو مطمئن کرتے ہیں۔

کالم کی تعریف

بین الاقوامی شہرت یافتہ کئی کالم نویس اتنے موثر ہوئے ہیں کہ ان کی رائے کا احترام بڑی بڑی حکومتوں میں بھی کیا جاتا ہے امریکہ میں کامیاب کالم نویسوں کو ”سیاسی پنڈت“ Political Pundits کا معروف نام بخشا گیا ہے، انہیں دانشور

صحافی سمجھ کر کسی بھی اہم مسئلہ پر ان کے رجحان کا جائزہ لیا جاتا ہے ہندوستان میں بھی کئی ایسے کالم نویس موجود ہیں جن کے کالموں کو وقعت کی نظر سے دیکھا جاتا ہے مثلاً خشونت سنگھ، خواجہ احمد عباس، ابوابراہام، این جے نان پوریا، ایم وی متھ، راجندر پوری، اقبال مسعود، کلدیپ نیر، ارون شوری، چنچل سرکار، رفیق ذکریا وغیرہ۔ ماضی میں پوستھان جوزف، درگاداس قلمی نام انصاف ایم چل پتی راؤ، ڈی ایف کراکا، فرینک موریس (قلمی نام: ایریل) نے کافی شہرت حاصل کی اردو کالم نویسوں میں تخلص بھوپالی، مجتبیٰ حسین، نیپالی، احمد جمال پاشا، مضطر ہاشمی، فکر تونسوی جانے پہچانے نام ہیں۔ امریکہ میں رائے ٹکر، ٹام اسٹوکن، پیٹرا ایڈسن، ڈریو پیئرسن، کانسٹنٹائن براؤن، فرینگ، آر، کینٹ، ڈیوڈ لارنس، ویسٹ بروک، پیگلر، وکٹر رائے سل، مارک سل دن، ایمیری کلن نے کافی شہرت حاصل کی والٹر لپ مین اور آرٹ بچ والڈ کو بحیثیت کالم نویس بین الاقوامی شہرت حاصل ہوئی اردو صحافت میں ''افکار و حوادث''، ''تیر و نشتر''، ''آزاد قلم''، ''پھول اور کانٹے''، ''گلوریاں''، ''ستاروں کی دنیا''، ''تھرانیں''، ''سچی باتیں'' کافی جانے پہچانے کالم ہیں ہندوستان کی دیگر زبانوں میں بھی کالم نویسوں نے اپنی کامیابی کے جھنڈے گاڑے ہیں مثلاً تیلگو میں ''پانس پاری'' کنٹری میں ''چھوبان''

کالم نویس اپنے خیالات کا اظہار یقین کامل کے ساتھ کرتے ہیں کبھی وہ کنایتاً لکھتے ہیں اور کبھی علانیہ طور پر اپنے نکتہ نظر کی صراحت کرتے ہیں عموماً ان کے جائزوں میں دوراندیشی کا عنصر ہوتا ہے وہ اپنے قارئین کو غور و فکر کی دعوت دیتے

ہیں کالم نویس اپنی معلومات کی فراوانی سے قارئین کو متحیر کرتے ہیں وہ مبصر بھی ہیں اور مشرح بھی وہ مختلف النوع موضوعات پر اپنی رائے کا اظہار کر سکتے ہیں عموماً کالم نویسوں کا خیال ہوتا ہے کہ قارئین ان کے نظریات سے اتفاق کریں یا نہ کریں مگر ان کی رائے ضرور پڑھیں گے۔

کالم رفتہ رفتہ اتنے مقبول ہوئے کہ ہر اخبار کو ایک نہ ایک طرح کے کالم کی ضرورت محسوس ہوئی۔ چھوٹے اخبارات بھی اپنی سطح کے کالم شروع کرنے لگے کالم نویسی ایک پیشہ کی صورت اختیار کرگئی ہے ہر کالم نویس ایک فلسفی اور خصوصی نظریات کا شارخ ثابت ہونے لگا کچھ تو جدید خیالات کے حامی ہو کر مقبول ہونے لگے اور کچھ نے قدامت پرستی کو اپنا شعار بنالیا۔

ہر اچھے اخبار میں ایک شگفتہ کالم کی ضرورت محسوس کی جاتی ہے تا کہ حالات حاضرہ پر آزادانہ رائے ظاہر ہوتی رہے کالم نویس کے چاہنے والوں کا بھی ایک حلقہ بن جاتا ہے چونکہ کالم انفرادی صحافت کا ایک بہترین نمونہ ہے کالم نویس اپنے کالم کے ذریعہ اپنے ذاتی خیالات کا اظہار پوری توجہ سے کھلم کھلا کرتا ہے کسی بھی ملک کے مقبول ترین کالم نویس دانشوروں کا ایک قابل قدر طبقہ سمجھے جاتے ہیں۔

کالم نویس کے وسائل کافی وسیع وتے ہیں ان کا مطالعہ گہرا ہوتا ہے وہ مخفی مگر معتبر ذرائع سے بھی اطلاعات جمع کرتے ہیں ان کے تعلقات بھی مختلف لوگوں سے وسیع اور مفید ہوتے ہیں وہ اپنی بلند نظری، ہنرمندی اور حکمت سے زیادہ کام لیتے ہیں رائے عامہ کے ترجمان اور پاسبان بن کر وہ قومی اور بین الاقوامی معاملات پر اظہار

رائے کرتے ہیں ماضی کے مقابلہ میں آج کل عوام میں حالات حاضرہ سے دلچسپی بڑھتی جا رہی ہے عام انسان سمجھتا ہے کہ معاملات کی باریکیوں پر غور و فکر کرنے والے ماہر صحافیوں کی موجودگی میں وہ کیوں زیادہ محنت کرے قاری کا اعتماد ہے کہ کالم نویس مستند اور مدلل معلومات فراہم کرتا ہے۔

صحافت کے زریں اصولوں پا کاربند کالم نویس کے لیے ضروری ہے کہ وہ اپنی تحریروں میں بنادی دیانت داری سے کام لے۔وہ راسخ الخیال ہو اس کی ہر تحریر ذمہ دار ہو۔وہ لوگوں کو تصریحی طور پر اطلاعات بہم پہنچانے سے زیادہ مطلب رکھے، قارئین کے نظریات پر اثر انداز ہو کر عقائد تبدیل کرنے کی سعی نہ کرے۔ہر صحافی کی طرح ہر کالم نویس کا حق پرست، حق پسند اور ہمیشہ حق کا متلاشی رہنا ضروری ہے۔کالم نویسوں کے عقائد اور حالیہ مسائل پر رائے کے بارے میں اکثر و بیشتر رائے زنی بھی ہوتی رہتی ہے۔بعض لوگ پوچھتے ہیں کہ جب اخبار میں اداریہ موجود رہتا ہے تو پھر کالم کی کیا ضرورت ہے؟ جواباً یہی کہا سکتا ہے کہ اخبارات قارئین کے لیے مختلف موضوعات پر مختلف نظریات پیش کرنا ضروری سمجھتے ہیں یہ ضروری نہیں ہوتا کہ اداریہ نگار اور کالم نویس کسی معاملہ پر ہم خیال ہوں۔

کالم نویسی ایک تکنیکی ہنر ہے جس اخبار کے صفحات پر رائے کا اظہار کرنے والا مواد نہیں ہوتا وہ ایک بے روح اخبار سمجھا جاتا ہے اداریہ کی طرح کالم بھی ادارتی صفحہ کو تقویت بخشتا ہے۔کالم خیالات کے اظہار کا ایک عمدہ اور پر تاثیر وسیلہ ہے۔کالم کے ذریعہ ہزاروں قارئین کو دعوت فکر ملتی ہے آج کل ہر انسان کو بدلتے ہوئے حالات پر

کچھ نہ کچھ کہنے کی عادت پڑ گئی ہے کالم نویس بھی حالیہ معاملات پر کچھ نہ کچھ کہتے ہیں مگر اسے سلیقہ سے کہتے ہیں اوراپنی محنت کا معقول معاوضہ بھی پاتے ہیں۔

اداریہ میں عموماً قصہ، کہانی، لطیفہ، چٹکلہ، پھبتی وغیرہ سے پرہیز کیا جاتا ہے، جب کہ کالم میں کسی کے تذکرہ، مختصر تجربہ کے بیان، تبسم خیز واقعہ کو نکاہیہ انداز میں پیش کیا جاتا ہے۔ کالم عام موضوعات پر بھی ہوسکتا ہے یا کسی ایک مخصوص موضوع پر بھی مثلاً کالم خالص فلمی ہوسکتا ہے یا صرف ادبی کالم عملہ ادارت کے کسی رکن کی جانب سے بھی لکھا جاسکتا ہے یا بیرون اخبار کسی بھی آزاد قلم صحافی کی جانب سے کالم صرف سیاسی موضوعات پر ہی نہیں بلکہ کسی بھی منتخب موضوع پر مسلسل لکھے جا سکتے ہیں بعض اخبارات میں کھیل کود، موسیقی، ماحولیات، ٹیلی ویژن پروگرام یا نئ مطبوعات کے لیے بھی کالم مخصوص ہوتے ہیں۔

بعض کالم بہت ہی سادہ الفاظ میں تحریر ہوتے ہیں اور بعض صاف اور شستہ ادبی زبان میں لکھے جاتے ہیں۔ بعض اردو اخبارات میں کالم ''دکنی بازار''، '' گلابی اردو'' اور منظوم بھی شائع ہوتے رہے ہیں۔ کچھ کالم نویس خلص مزاحیہ انداز اپناتے ہیں تو کچھ سنجیدگی کا دامن نہیں چھوڑتے۔ کچھ کالم مقصدی انداز کے ہوتے ہیں تو کچھ انتہائی جذباتی انداز میں تحریر کیے جاتے ہیں ایک ہی کالم میں مختلف النوع موضوعات پر اظہار خیال کی کوئی ممانعت نہیں ہے کچھ کالم نویس حقائق پر زیادہ توجہ مرکوز کرتے ہیں تو کچھ چھوٹے موٹے واقعات کے بیان کو زیادہ اہمیت دیتے ہیں ضروری نہیں کہ کالم کی کوئی طے شدہ طوالت ہو، حالات اور واقعات کی نوعیت کے

لحاظ سے کالم طویل بھی ہو سکتے ہیں اور مختصر بھی۔

مجموعی طور پر کالم ''ایک مسلسل صحافی فیچر ہے جس میں کالم نویس منتخب موضوع پر اپنے مخصوص انداز میں اپنی رائے پیش کرتے ہوئے کسی بھی معاملہ کے اہم پہلوؤں پر روشنی ڈالتا ہے۔''

امریکہ میں کالم نویسوں کو طنزاً ''قصیدہ گو''، ''تیل چھڑک''، ''چکر جھولا''، ''ہرفن مولا'' اور ''روشن دان'' بھی کہا جاتا ہے کچھ لوگ انہیں ''نقاب کشا''، ''جرح باز'' اور ''فصیح البیان'' بھی کہتے ہیں بہر حال مقبول کالم قارئین کو تفریح کا سامان فراہم کرتے ہیں یا مسائل کا جائزہ لینے کا موقع فراہم کرتے ہیں یا کسی الجھے ہوئے معاملہ کی گتھی کو سلجھاتے ہیں یا صحیح رہبری کا بیڑہ اٹھاتے ہیں کوئی قید نہیں کہ ایک اخبار میں صرف ایک ہی کالم ہو کئی مختلف النوع کالم بہ یک وقت کسی بھی اخبار کے کسی بھی شمارہ میں شائع ہو سکتے ہیں مزاحیہ کالم کے انتخاب میں زیادہ احتیاط برتنی ضروری ہے کیونکہ مزاح اور بیہودہ پن کے درمیان بہت ہی ہلکی لکیر ہوتی ہے مزاح اگر ایک خاص سطح پر اور خاص حد کے اندر ہو تو گوارا اور تفریحی ہوتا ہے، اگر اتفاق سے وہ شریفانہ سطح سے ذرہ بھر بھی ہٹ جائے تو وہ ناگوار اور سفلہ ہوتا ہے۔ اردو کے کئی مزاحیہ کالم نویسوں نے اردو مزاح نگاری کے چمنستان میں نئے گل بوٹوں کا اضافہ کیا ہے۔

بعض اخبارات کالم کے ساتھ ہلکے پھلکے کارٹون یا جاذب نظر تصاویر بھی شائع کرنے کا اہتمام کرتے ہیں کالم کی طرز تحریر عام طرز سے ہٹی ہوئی ہوتی ہے کالم میں

چٹخارے دار زبان ہوتو قارئین بہت محظوظ ہوتے ہیں کالم میں ''ہم''نہیں استعمال ہوتا بلکہ ''میں''، ''میرے''، ''میری''، ''میرے خیال میں۔۔۔۔'' ''میری رائے میں'' جیسے الفاظ زیادہ مستعمل ہوتے ہیں ایک معمولی بات کو غیر معمولی ڈھنگ سے پیش کرنا کالم نویس کا خصوصی ہنر ہوتا ہے کالم میں شائستگی کے ساتھ زندہ دلی اور سنجیدگی کے ساتھ شگفتگی کا ہونا ضروری ہے۔ دیگر تحریروں کے مقابلہ میں مستقل کالم میں ایک زمزمہ ہوتا ہے۔ کالم میں کوئی بھی بات زیادہ کشادگی، فراخ دلی، استقلال اور اثر کے ساتھ لکھی جاسکتی ہے ذاتی رائے کو جس ذہانت اور صلاحیت کے ساتھ کالم میں سمویا جا سکتا ہے وہ اداریہ میں سمونا ذرا مشکل ہے کالم میں کالم نویس رعایت، ملائمت اور راحت سے قلم چلا سکتا ہے۔ اگر کالم فکاہیہ ہو تو وقت کی رفتار کا خصوصی خیال رکھنا ہوتا ہے جس طرح لطیفہ گوئی میں لطیفہ سے زیادہ بیانیہ انداز سے سامعین زیادہ لطف اندوز ہوتے ہیں بالکل اسی طرح کالم میں بات کتنی ہی سیدھی سادی یا غیر اہم ہو قارئین زبان و بیان کی شوخی سے زیادہ مسرور اور محظوظ ہوتے ہیں کالم نویس کے لیے ضروری ہے کہ وہ معاشرہ میں اپنی آنکھوں اور کانوں کو زیادہ کھلا رکھے۔ ادھر ادھر ہونے والی بے پرواہ یا رسمی گفتگو کو غور سے سنے۔ مختلف رجحانات کی تفصیلات سے کالم نویس کے فیصلوں میں بڑی مدد ملتی ہے اپنی یادداشت کی مدد سے بھی کالم نویس کسی بھی بات کو زیادہ قوی اور مزے دار بنا سکتا ہے جتنا مواد کالم نویس کو آسانی سے ملتا ہے بہت کم صحافیوں کو نصیب ہوتا ہے۔

کالم کے اقسام

مستقل کالم ہر موضوع پر تحریر کیے جاسکتے ہیں ۔جس شعبہ حیات سے قارئین کی دلچسپی زیادہ ہو اس پر ایک نئے کالم کا سلسلہ شروع ہوسکتا ہے دنیا بھر کے اخبارات میں شائع ہونے والے ہزاروں مقبول اور مرغوب کالموں کے جائزے کے بعد مندرجہ ذیل پانچ اقسام زیادہ تسلیم شدہ ہیں ۔

رنگ برنگا کالم

ایسے کالم میں موضوع کی کوئی قید نہیں ہوتی مختلف النوع موضوعات پر بات کہی جاسکتی ہے جو بھی بات سامنے آئے اس پر رائے زنی ہوسکتی ہے ۔ایسے کالموں کو ''چوں چوں کا مربہ'' بھی کہہ سکتے ہیں ایسا کالم لکھنے کے لیے کالم نویس کو آئے دن سینکڑوں واقعات مل جاتے ہیں سیاسی ، معاشی ، ثقافتی ، علمی ، ادبی غرض کسی بھی موضوع پر وہ روشنی ڈال سکتا ہے عموماً چھوٹے اخبارات ایسے پنچ رنگ مستقل کالم کو ترجیح دیتے ہیں کیونکہ اس کا دائرہ وسیع ہوتا ہے ایسے گونا گوں کالم میں کافی آزادی رہتی ہے ایک اشاعت میں ایک ہی بات پر مکمل توجہ دی جاسکتی ہے یا دو تین باتوں پر رائے زنی ہوسکتی ہے ایسے کالم کی بوقلمونی بھی زیادہ جاذبیت کا باعث ہوسکتی ہے کیونکہ عوام ایک ہی نہج کے کارنامے پڑھنے کے مقابلہ میں مختلف باتوں پر اظہار رائے کو زیادہ پسند کرتے ہیں ۔

ذاتی کالم

کالم نویس کسی ایک موضوع یا کئی موضوعات پر رائے کا اظہار کرتا ہے مگر تحریر میں انفرادی اہمیت کا عنصر غالب رہتا ہے وہ موضوع سے متعلق اپنی تمام تر گہری معلومات کی مدد سے اطمینان بخش دلائل پیش کرتا ہے تفصیل میں کالم نویس کے ذاتی خیالات پر زور ہوتا ہے تقریباً ہر معاملہ میں اپنی مہارت کی دھاک بٹھانا ایسے انفرادیت پسند کالم نویسوں کی عادت ہے۔عموماً ایسے کالم نویس کافی تجربہ کار،شہرت یافتہ اور حد درجہ بارسوخ ہوتے ہیں۔مقتدر اور ذی اثر حلقوں میں بھی ان کے ذاتی خیالات اور نظریات کو وقعت دی جاتی ہے۔ان کے سمجھے ہوئے مشوروں کو بھی بہت کم نظر انداز کیا جاتا ہے ایسے ذاتی مقالوں میں حالات حاضرہ کے اہم پہلوؤں پر بھی توجہ دی جاتی ہے اور دیگر ضروری معاملات کی بھی توضیح ہوتی ہے۔حادثات، انتخابات،طوفان،سیلاب جیسے واقعات پر بھی ذاتی جائزے پیش کیے جاتے ہیں نیو یارک سے شائع ہونے والے مشہور قدامت پرست اخبار ''دی ہیر الڈ ٹری بیون'' The Herald Tribune کی 8 ستمبر 1931ء کی اشاعت میں والٹر لپ مین Walter Lippmann نامی مشہور صحافی نے سب سے پہلا ذاتی کالم شروع کیا تھا،بڑھتے بڑھتے اس ذاتی کالم کی مقبولیت اتنی بڑھی کہ کالم کے پانچ سو سے زیادہ اخبارات بہ یک وقت لپ مین کا کالم بعنوان ''آج اور کل'' Today and Tommorow شائع کرتے تھے آج بھی امریکہ میں کئی ایسے مقبول کالم نویس ہیں جن کے کالم سینکڑوں اخبارات میں موجود رہتے ہیں۔

مزاحیہ کالم

نفسیات کے ماہرین کہتے ہیں کہ دنیا بھر میں انسان رونے بسورنے سے زیادہ خوش وخرم رہنے کے خواہاں ہیں۔وہ آہیں بھرنے کے بجائے متبسم رہنا چاہتے ہیں وہ آنسو بہانے کے بجائے قہقہے لگانے سے زیادہ دلچسپی رکھتے ہیں یہ اور بات ہے کہ انسانوں کو ہنسنے ہنسانے کے موقعے بہت کم ملتے ہیں ہر ماحول میں سنجیدگی تو رہتی ہے مگر کبھی کبھار عام مصائب اور مسائل سے فرار کی بھی بڑی اہمیت ہوا کرتی ہے۔ چھوٹے اخبارات میں ایسے ہلکے پھلکے کالم ہوں جن سے قارئین کو ذرا ہنسی مذاق سے لطف اندوز ہونے کا موقعہ نصیب ہو جائے تو بہتر ہے۔ ہر معاشرہ میں بخیل، شرابی، زندہ دل، پاگل، شاعر اور خبطی افراد ضرور ہوتے ہیں جن کی حرکات پر نظر رکھ کر دلچسپ تذکروں کا مواد حاصل کیا جاسکتا ہے سنجیدہ سے سنجیدہ موضوع پر بھی فکاہیہ کالم تحریر ہوسکتا ہے۔پرانے چٹکلوں کو نئے لباس میں پیش کیا جاسکتا ہے طنز ومزاح کی چاشنی کے ساتھ شائع ہونے والے کالموں کے مداح قارئین کے حلقہ وسیع ہوتا ہے اردو کے مشہور مزاحیہ اخبار ''اودھ پنچ'' کے قلمی معاونین مرزا مچھو بیگ ستم ظریف سے شروع ہوکر حاجی لق لق، شوکت تھانوی، کنہیا لعل کپور سے ہوتے ہوئے ہمعصر اردو اخبارات تک مزاحیہ کالم نویسوں کی ایک اچھی فہرست بن سکتی ہے مزاحیہ کالم تقسیم ہند سے پہلے لاہور سے شائع ہونے والے اردو اخبارات میں کافی مقبول تھے ہندوستان کی ہر زبان کے ہر معیاری اخبار میں۔۔۔۔کوئی نہ کوئی ہلکا پھلکا کالم روزانہ یا ہفتہ میں ایک بار ضرور شائع ہوتا ہے۔

سینڈیکیٹ کالم

امریکہ اور انگلستان میں خبر رساں ایجنسیوں کی طرح سینکڑوں ایسے ادارے ہیں جو مختلف النوع اخباری مواد مہیا کرتے ہیں۔تصویریں، مضامین، خاکے، نقشے، فیچر، معمے، ہلکے پھلکے مضامین، چٹکلے، مشورہ کالم، گھریلو نسخے، تبصرے وغیرہ فروخت کرنے والے یہ ادارے ''سینڈیکیٹ'' Syndicate کہلاتے ہیں بعض کالم نویس اپنے لکھے ہوئے کالم معاہدوں کے تحت ایسے اداروں کو فروخت کر دیتے ہیں اور سینڈیکیٹ کی جانب سے یہی کالم ضرورت مند اخبارات کو فراہم کیے جاتے ہیں ایسے کالم جو کسی خاص صحافی یا مضمون نگار کے لکھے ہوئے نہیں ہوتے یا آزاد قلم صحافیوں کی جانب سے براہ راست اخبار کو نہیں ملتے بلکہ ''سینڈیکٹ'' سے خریدے جاتے ہیں وہ سینڈیکیٹ کالم کہلاتے ہیں امریکہ میں بعض کالم اتنے مقبول ہیں کہ ایک ساتھ سینکڑوں اخبار انہیں طلب کر کے شائع کرتے ہیں اخبار والوں کو یہ عالم مقابلتاً ارزاں نرخ پر ملتے ہیں اور سینڈیکیٹ والوں کو اس لیے کافی منافع ہوتا ہے کہ ایک ہی مواد کے کالم کے لیے انہیں سینکڑوں اخبارات سے رقم مل جاتی ہے۔لکھنے والے کالم نویس کو بھی رائلٹی دی جاتی ہے اور اسے اطمینان ہوتا ہے کہ اس کا تحریر کردہ کالم بہ یک وقت لاکھوں قارئین ذوق وشوق سے پڑھ رہے ہیں۔انگلستان اور امریکہ کے مشہور سینڈیکیٹ اداروں کی جانب سے فراہم ہونے والے کالم ہندوستان کے کئی انگریزی اخبارات میں بھی شائع ہو رہے ہیں بعض سینڈیکیٹ کالم اتنے مشہور اور مرغوب ہیں کہ دنیا بھر کے سینکڑوں اخبارات کے سینڈیکیٹ کالم کو

مقبول بنانے کی کوشش میں مصروف ہیں ۔اگر یہ طریقہ کار ہندوستان میں مقبول ہو جائے تو چھوٹے اخبارات کو زیادہ فائدہ رہے گا۔

خصوصی کالم

ایسے کالم جو مخصوص موضوعات پر لکھے جاتے ہیں، خصوصی کالم کے نام سے یاد کیے جاتے ہیں فلمی یا غیر فلمی اخبارات اور رسائل میں خصوصی فلمی کالم جگہ پاتے ہیں ۔اس طرح کھیل کود، اعلا سوسائٹی، زراعت، تجارت، صوبائی سیاست، مذہب، موسیقی، علم وادب، معماری، صنعت وحرفت، ماحولیات، طرز زندگی، پکوان، کشیدہ کاری، فوٹو گرافی، تاش بازی، عام مشاغل وغیرہ پر خصوصی مضامین یا کالم لکھے جاتے ہیں، ایسے کالم عموماً ایسے افراد لکھتے ہیں جو اپنے اپنے میدان عمل میں ماہر سمجھے جاتے ہیں خصوصی کالم نویس معاوضہ بھی معقول طلب کرتے ہیں خصوصی کالم زیادہ تر بڑے اخبارات میں دیے جاتے ہیں۔

کالم نویسی کے مسائل

بعض معاملات ایسے ہوتے ہیں جن پر تبصرہ کرتے ہوئے کالم نویس کو بہت سخت الفاظ استعمال کرنے کی ضرورت محسوس ہوتی ہے اسی طرح بعض مسائل پر کافی نرمی سے لکھنا پڑتا ہے۔ اخبارات میں غیض وغضب سے کام نہیں چلتا۔ کسی مقتدر ادارے کی جانب سے یا حکومت کی طرف سے کچھ ایسے خوشگوار اقدام بھی ہوتے

ہیں جن کی بجا طور پر تعریف کرنی ہوتی ہے۔ ایسے موقعوں پر کلمہ ہائے تحسین کا استعمال بجا ہوتا ہے۔ معتدل رجحان کے ساتھ بھی کئی نازک مسئلوں پر تشریحی نوٹ لکھنے ہوتے ہیں کالم چونکہ رائے سے متعلق تحریر ہے وہاں سو فی صد مخالفت یا موافقت کی امید نہیں رکھی جا سکتی۔ کچھ واقعات ایسے رونما ہوتے ہیں جن کی وضاحت کے لیے تفصیل کی بہت ضرورت ہوتی ہے ظاہر ہے کہ تفصیل طلب واقعات کا تذکرہ بغیر طوالت کے ناممکن ہے کچھ دلچسپ حالات ایسے ہوتے ہیں جن پر ایک مختصر نوٹ بھی کافی ہوتا ہے کچھ قارئین کالم میں خوش بیانی کے خواہاں ہوتے ہیں بعض قارئین اشعار کی مدد سے لکھے گئے کالم کو قدر کی نگاہوں سے دیکھتے ہیں عام قاری کالم میں درخشاں تحریر چاہتا ہے رنگینی بیان سے بھی کالم نویس معمولی بات کو وقعت یا اہمیت دے سکتا ہے گھما پھرا کر کہی جانے والی بات قارئین کو زیادہ پسند نہیں آتی ہر کالم نویس ہر بات کھری کہے جس میں کوئی پیچیدگی نہ ہو۔ کالم نویس قابل وثوق باتوں ہی کو ترجیح دیں صرف مزاحیہ کالموں میں تفریح کی غرض سے بیان میں قدرے شوخی استعمال کی جائے۔

اگر اخبار کی اشاعت کسی ریاست یا علاقہ تک محدود رہے تو کالم نویس کو چاہئے کہ وہ صوبائی معاملات پر بھی ضروری توجہ دے۔ بڑے اخبارات میں شائع ہونے والے کالموں میں ہی اہم ترین بین الاقوامی مسائل پر تبصرہ زیب دیتا ہے چھوٹے اخبارات مقامی امور کو زیادہ فوقیت دیں تو بہتر ہے کالم نویس زیادہ سے زیادہ معلومات فراہم کرنے یا تفریحی مواد پیش کرنے پر توجہ مرکوز کرے کسی خطیب یا پیشوا

کی طرح اخلاقی تعلیم یا کسی خاص قسم کی تبلیغ سے دامن بچائے رکھے۔سنجیدہ اور غیر سنجیدہ تحریر کا ایک دلکش امتزاج ہو تو کالم کافی پسندیدہ نظروں سے دیکھا جائے گا۔

جس دن دنیا کے تمام مسائل حل ہو جائیں گے شاید اس دن اداریہ نگار اور کالم نویس بیکار ہو جائیں گے جب تک دنیا قائم ہے انسانی مسائل ختم نہیں ہوں گے اور کالم نویس کو موضوعات کی کمی محسوس نہ ہو گی ہر معاشرہ میں مشکلات ہیں اور ہر مشکل پر طرح طرح سے قیاس آرائی ہوتی ہی رہے گی۔عوامی مزاج سے پوری طرح واقفیت رکھنے والا کالم نویس ذی اثر ،قابل قبول اور عمدہ کالم لکھ سکے گا۔

اداریہ نگار ہمیشہ گمنام رہتا ہے بہت کم لوگوں کو اس بات کا صحیح علم رہتا ہے کہ کون سا اداریہ کس صحافی کے زورِ قلم کا نتیجہ ہے عموماً اداریوں کے ساتھ اداریہ نگار کا نام نہیں دیا جاتا مدیر بیمار ہو یا غیر ممالک میں ہو تو بھی اداریے برابر شائع ہوتے رہتے ہیں عام قاری کو بھی اس بات کا اندازہ ہے کہ اداریہ ہمیشہ متعلقہ اخبار کے مدیر کے قلم سے نہیں نکلتا برعکس اس کے کالم نویس کا نام ہمیشہ کالم کے ساتھ چھپا رہتا ہے کالم میں تحریر ایک ایک لفظ کی ذمہ داری کالم نویس کی ہوتی ہے جمہوری حکومتوں میں رائے عامہ کی صحیح ترجمانی کرنے والے صحافیوں کی عزت افزائی کا سلسلہ شروع ہو چکا ہے یہ بات دلچسپی سے خالی نہیں کہ اداریہ نگاروں کے مقابلہ میں کالم نویسوں کو زیادہ قومی اور بین الاقوامی انعامات سے نوازا جا رہا ہے۔کالم نویسی مجموعی طور پر انفرادی صحافت یعنی Personal Journalism کا بہترین نمونہ ہے۔

جدید کالم نویسی

کالم نویسوں کو قلم کا شہنشاہ سمجھا جاتا ہے کالم نویسی کو جدید صحافت میں ایک با ضابطہ فن کا درجہ نصیب ہے۔ اسے ایک تکنیکی تحریری مصروفیت کا مقام بخشا گیا ہے انفرادی صحافت کو ایک نہایت ذمہ دار صحافت بھی کہتے ہیں کالم نویس کا نام چلتا ہے اسی نام کی مقبولیت سے کالم کی وقعت بھی بڑھتی ہے اور متعلقہ اخبار کی ساکھ میں بھی اضافہ ہوتا ہے۔

آج کل ''خبر کے پیچھے کی خبر'' یعنی News Behind the news جاننے کا رواج عام ہوتا جا رہا ہے قارئین کو ہر اہم امر کے پس منظر سے واقف کرانا ضروری ہو گیا ہے جدید کالم نویس تدبر، تجربے، احتیاط، فرزانگی اور سیاست شناسی کی ضرورت پر کافی زور دیا جاتا ہے۔ گپ شپ والے کالموں کی اب زیادہ مانگ نہیں ہے افواہوں پر مبنی قیاس آرائیوں کی بھی پذیرائی نہیں ہوتی سیاسی جائزے پیش کرنے والے کالم زیادہ توجہ سے پڑھے جاتے ہیں مدلل مقالات کی زیادہ قدر و منزلت ہوتی ہے۔

جہاں صحافت کے ہر شعبہ میں جدت طرازی کی لہر چل پڑی ہے وہاں کالم نویسی میں بھی کئی نئے تجربات کیے جا رہے ہیں روایاتی طریقوں پر توجہ تو دی جاتی ہے مگر ساتھ ساتھ نئی آزمائشوں کو بھی اہمیت دی جاتی ہے مغربی ممالک میں بے پناہ مقبولیت حاصل کرنے کے بعد آج کل ہندوستانی اخبارات میں بھی ''ذاتی مشورہ کالم'' Personal Advice Column کافی مقبول ہوتے جا رہے ہیں ایسے

کالم میں خاندانی مسائل اور نفسیاتی مشکلات پر صلاح و مشورے دیے جاتے ہیں اکثر قارئین کے سوالات کے جوابات پر مبنی یہ کالم نسوانی رسالوں میں زیادہ فوقیت پاتے ہیں خوبصورت بننے کے راز، صحت و تندرستی کے نکتے، جنسی مسائل وغیرہ ایسے ذاتی کالموں میں زیر بحث آتے ہیں جیسے جیسے عوام کی دلچسپیوں میں فرق آ رہا ہے اخبارات کے کالم بھی نئے نئے موضوعات پر توجہ دے رہے ہیں بڑے اخبارات سائنس اور تکنالوجی کے موضوعات پر بھی مستقل کالم شروع کر چکے ہیں سرمایہ لگانے والوں کو ماہرانہ مشورے دینے والے کالموں کی مقبولیت میں روز افزوں اضافہ ہو رہا ہے۔

بعض اخبارات کے کالم قارئین کے لیے اتنے پسندیدہ ثابت ہوئے ہیں کہ ناشر ایسے کالم کو صفحہ اول پر جگہ دینے سے بھی نہیں ہچکچاتے۔ کالم میں ذاتی عنصر اتنا گہرا ہو جاتا ہے کہ کالم نویس اور قاری کے درمیان ایک روحانی رشتہ سا قائم ہو جاتا ہے، وہ اپنے آپ کو ایک دوسرے کے بالکل قریب سمجھنے لگتے ہیں کہتے ہیں کہ ہر انسان کے دوست کم ہوتے ہیں مگر وہ زیادہ دوست ''اگا لیتا'' ہے یا ''ڈھال لیتا'' ہے اور وہ ایسے نئے تعلقات اکثر و بیشتر خود غرض ہو کر قائم کرتا ہے کالم کے ذریعہ بھی اخبار کے ناشر نئے گاہک اور سرپرست فتح کرنے کی کوشش کرتے ہیں قارئین بھی ''ان دیکھے'' اداریہ نگاروں سے زیادہ ''جلد شناخت ہونیوالے'' کالم نویسوں سے زیادہ قربت اور الفت محسوس کرتے ہیں بعض کالم اتنے مقبول ہیں کہ ان کے مجموعے شائع ہو کر قارئین سے خراج تحسین حاصل کرتے ہیں۔

کالم نویسی ایک نفیس مشغلہ ہے اس میں محنت بھی ہوتی ہے، وقت بھی لگتا ہے اور ہمیشہ فکر دامن گیر رہتی ہے کہ کالم میں تازگی اور شگفتگی باقی رکھنے کے لیے کالم نویس نئے نئے موضوعات کی دریافت میں محو رہتا ہے جس طرح ایک اچھا اداکار ہمیشہ نئے نئے کرداروں کی تلاش کرتا ہے تاکہ اسے اپنے جوہر ظاہر کرنے کا موقعہ ملے ایک اچھا کالم نویس بھی مختلف موضوعات کی تلاش میں اس لیے مصروف رہتا ہے کہ اسے اپنی صلاحیتوں کا مظاہرہ کرنے کا بھرپور موقعہ ملتا ہے۔

ہر کالم نویس کے لیے یہ بہت ضروری ہے کہ وہ اپنی ہر تحریر میں ایک واضح ''انفرادیت'' قائم رکھے اسے کسی بھی چیز کو بھانپ لینے کی عادت ہو اسے تجزیہ نگاری سے رغبت ہو اس کی طرز تحریر ''طبغراد'' ہو وہ کسی بھی کامیاب کالم نویس کی نقالی ہرگز نہ کرے اور اپنی ہی قوت تخلیق کے ذریعہ اپنے کالم کو استحکام بخشے۔

☆☆☆☆☆☆☆

باب 13

مستقل اخباری مواد

ہماری دنیا تکنیکی اعتبار سے جتنی بھی ترقی کر لے مستقبل میں بھی خبریں جمع کرنے والوں کی ضرورت اور اہمیت میں کوئی کمی واقع نہیں ہو گی۔ اخبارات، ریڈیو، ٹیلی ویژن، فلم اور دیگر سب ذرائع کے لیے نامہ نگاروں کی ضرورت باقی رہے گی۔ مہذب انسان کی زندگی میں اطلاعات نے اتنی اہمیت اختیار کر لی ہے کہ اس سے فرار مشکل ہی نہیں ناممکن ہے رہتی دنیا تک خبریں جمع کرنے اور پھیلانے کا کام جاری ہی رہے گا۔

اخبار کا سب سے پہلا فرض سماجی خدمت ہے معاشرہ کے لیے جن اطلاعات کی ضرورت ہے انہیں پوری دیانت داری سے فراہم کرنا ہر اخبار کی ذمہ داری ہے اخبار ہمعصر زندگی کا ایک عمدہ اور مفید سماجی ادارہ ہے جس پر کامیاب زندگی منحصر ہے۔ اخبار کے عملہ ادارت کا فرض ہے کہ وہ قارئین کو وہ تمام معلومات مہیا کرے جس سے روزمرہ کی زندگی میں آسانی ہو۔

کہتے ہیں کہ اخبارات کو گھوارے سے لے کر قبر تک کی جملہ انسانی مصروفیات کی ہر اس تفصیل سے فائدہ اٹھانا چاہیے جس کی خبری اہمیت ہو۔ صحافت نام ہے طباعت، اشاعت، تجارت، نباضی، عکاسی اور حالات کی نامہ نگاری کا۔ صحافی کا کام

زندگی کے ہر میدان عمل کی پیائش ہے اخبار میں وہی کچھ ہو جو قارئین چاہیں زندگی میں دھوپ اور چھاؤں دونوں ہیں تصویر کے صرف روشن رخ کو واضح کر دینے سے ذمہ داری پوری نہیں ہو جاتی۔ صحافی کا فرض ہے کہ وہ حیات کے تمام پہلوؤں کو اجاگر کرے۔

رحلت کی خبریں

شاذ ہی کوئی روزانہ اخبار ہو جس میں انتقال کی خبریں نہ شائع ہوتی ہوں۔ رحلت کی خبر کا اختصار یا طوالت متوفی شخصیت کی اہمیت پر منحصر ہے۔ رحلت کی خبروں میں مندرجہ ذیل تفصیلات ضروری ہوتی ہیں:

1 متوفی کا صحیح نام معہ عرفیت 2 متوفی کا عہدہ یا سماجی مقام 3 وفات کی تاریخ معہ وقت 4 رحلت پانے کی جگہ۔۔۔۔۔ مکان، ہسپتال، نرسنگ ہوم وغیرہ۔ 5 وفات کی وجہ۔۔۔۔ طویل علالت، حادثہ، عارضہ قلب وغیرہ 6 متوفی کی اندازاً عمر 7 لواحقین کی تفصیل۔

زیادہ واضح شناخت کے لیے متوفی کا مکمل پتہ بھی دے دیا جائے تو بہتر ہے اگر موت کی خبر زیادہ معتبر ذرائع سے نہیں ملی ہے تو خبر کے متن ہی میں اشارہ دے دیا جائے کہ ''معلوم ہوا ہے'' اموات کے بارے میں افواہیں اکثر اڑتی رہتی ہیں لہٰذا کسی بھی اہم فرد کے انتقال کی تصدیق کر لینا بے حد ضروری ہے۔

بعض اوقات کسی وفات پانے والے کی بذات خود کوئی خاص اہمیت نہیں ہوتی

مگر کسی غیر معمولی وجہ سے اس کی شخصیت کو ابھار کر اس کی وفات کی خبر کو اخبار میں اشاعت کے قابل بنایا جاتا ہے مثلاً ''کل شام اس شخص کی رحلت ہوئی جس نے مہاتما گاندھی کے ساتھ ڈانڈی کے سفر میں حصہ لیا تھا، فلاں شخص جس کا انتقال آج صبح فلاں ہسپتال میں ہوا دعوی کرتا تھا کہ اس نے ہٹلر سے ہاتھ ملایا تھا۔''

اگر رحلت پانے والا کافی اہم شخص ہے تو اس کے نزع کے عالم کے بارے میں کچھ تفصیل دی جاتی ہے اور اس کے آخری الفاظ کو بھی دہرایا جاتا ہے اس کے مرنے کی خبر سن کر فوراً کون کون اہم لوگ تعزیت کے لیے فی الفور آئے ان کے نام بھی دیئے ہوتے ہیں تدفین یا نذر آتش کرنے کے انتظامات کا بھی تذکرہ کرنا ہوتا ہے متوفی کی اہمیت کے مطابق اس کی سوانح کے چند جملے یا چند پیراگراف رحلت کی خبر ہی میں درج کیے جاتے ہیں تا کہ ان لوگوں کو زیادہ واقفیت ہو سکے جو مذکورہ شخص کی خدمات سے قدرے ناواقف ہیں۔ اہم شخصیات کی رحلت کی خبر کے ساتھ تصویر بھی شائع کی جاتی ہے۔

موسم کا حال

جب کبھی دو انسان ملتے ہیں عموماً علیک سلیک کے فوراً بعد موسم ہی کا تذکرہ کرتے ہیں کسی بھی گفتگو کو شروع کرنے کے لیے موسم کے بارے میں دریافت کرنا یا رائے دینا ایک اچھا وسیلہ سمجھا جاتا ہے اخبارات میں موسم کا حال اس لیے شائع کیا جاتا ہے کہ بہت سے قارئین موسم کی تفصیل اور اگلے موسم کی پیش گوئی جاننے سے

دلچسپی رکھتے ہیں اپنے مقام کے موسمی حالات کے علاوہ کچھ قارئین دیگر مقامات کے موسم کی تفصیل جاننا بھی پسند کرتے ہیں اگر کسی دن بہت زیادہ گرمی پڑی ہو اور صبح کے اخبار میں شدید گرمی سے متعلق کوئی خبر شائع ہوئی ہو تو وہ نہایت غور سے پڑھتے ہیں ایسی خبروں میں درجہ حرارت دیا جاتا ہے اور شدت کے بارے میں ماہرین کی بتائی ہوئی معلومات دی جاتی ہیں محکمہ موسمیات کی جانب سے دی گئی مستند اطلاعات کا بھی استعمال ہوتا ہے درجہ حراریت دیتے وقت گذشتہ دن یا گذشتہ ہفتہ یا گذشتہ ماہ یا گذشتہ سال کے درجہ حرارت کا تقابلی حوالہ بھی دیا جاتا ہے کبھی کبھی پچھلے دنوں کے اعداد و شمار بھی فراہم کئے جاتے ہیں شدید سردی یا شدید گرمی کی وجہ سے مرنے والوں کی تعداد بھی دی جاتی ہے ہندوستان کے انتہائی شمالی علاقوں میں سردی کی لہر چلتی ہے اور ہر سال کئی لوگ مرتے ہیں گرمی کے دنوں میں لو لگنے کی وجہ اموات عام ہیں بعض اوقات موسم کی خبر لکھنے کے لیے محکمہ موسمیات، کارپوریشن کے محکمہ صحت عامہ اور پولیس تینوں جگہوں سے ملنے والی اطلاعات کا استعمال کرنا پڑتا ہے آج کل مصنوعی سیارچوں Satellities سے بھی موسم کا حال اور اگلے دن کے موسم کے بارے میں پیش گوئی فراہم ہو رہی ہے۔

ہر بڑے شہر میں ہوائی اڈہ سے متعلق ایک موسمیات کا دفتر ہوتا ہے وہاں کے کسی ذمہ دار افسر سے موجودہ موسم اور کل پرسوں کے موسم کے بارے میں پیش گوئی دریافت کی جاسکتی ہے پولیس محکمہ سے موسم کی شدت کی وجہ سے مرنے والوں کی تعداد معلوم ہوتی ہے ہسپتالوں اور دیگر طبی اداروں سے بھی موسم کے غیض و غضب

سے مرنے والوں کی تفصیلات حاصل کی جاسکتی ہیں اگر موسم کی وجہ آمد و رفت میں کسی گڑ بڑ کی توقع ہے تو صحافی کا فرض ہے کہ وہ مقامی ٹرانسپورٹ کارپوریشن، ریلوے اور انڈین ائیر لائنز کے دفاتر سے تبدیلیوں کی تفصیل طلب کرے ٹیلی فون سے بھی یہ معلومات بہم ہوسکتی ہیں کہ طوفانی بارش سے کہاں اور کتنے بجلی یا ٹیلی فون کے کھمبوں کو نقصان ہوا ہے متوقع سیلاب یا کسی اور قدرتی مصیبت کے بارے میں بھی معلومات کی تصدیق کر لی جائے اکثر وبیشتر ایسی معلومات جاننے کے لیے ٹیلی فون استعمال ہوتا ہے ذاتی طور پر جا کر تفصیل لانے کی چنداں ضرورت نہیں رہتی اگر موسم کی خرابی کی وجہ سے کافی بھاری نقصانات ہوئے ہیں یا بڑے حادثات پیش آئے ہیں تو صحافی بذات خود متعلقہ دفاتر جا کر ملنے والی تمام معلومات جمع کرسکتا ہے موسم کی شدت سے متاثر شدہ افراد کی مدد کے لیے حکومت کی جانب سے کیے گئے انتظامات کا تذکرہ بھی ضروری ہے کچھ دنوں سے موسم کے بارے میں تازہ اور پیشگی معلومات حاصل کرنے کے لیے مصنوعی سیارہ ''انسات ون، بی'' Insat-1 B کی بھرپور مدد لی جارہی ہے جدید ترین برقیاتی آلات سے بھی موسم کا حال معلوم کیا جاتا ہے محکمہ موسمیات کی خدمات میں بھی وسعت آگئی ہے اخبار کے دفتر سے دریافت کی جانے والی ہر بات کا محکمہ موسمیات کی جانب سے خاطر خواہ جواب دیا جاتا ہے بڑے اخبارات عموماً موسم کا حال ترسیم (نقشہ جات) کے ساتھ شائع کرتے ہیں ایسے ترسیم نقشے Graphs محکمہ موسمیات کی جانب سے فراہم ہوتے ہیں اور سینڈیکیٹ ادارے بھی ایسے ''گراف'' یا WeatherChart اخبارات کو بروقت

مہیا کر سکتے ہیں زراعت میں مشغول قارئین موسمی رپورٹوں کو غور سے پڑھتے ہیں چھوٹے اخبارات بھی موسم کے بارے میں مختصر رپورٹیں درج کرنے کی روایت قائم کریں تو اخبار کی افادیت میں اضافہ ہوگا کم ازکم درجہ حرارت کے بارے میں اشاراتی رپورٹ ضرور شائع کی جائے۔

بازار کے بھاؤ

تجارتی خبروں کی اہمیت میں کافی اضافہ ہوتا جارہا ہے مختلف منڈیوں میں طے ہونیوالے نرخوں کی خبریں برسوں سے باقاعدگی کے ساتھ روزانہ اخبارات میں شائع کی جارہی ہیں اناج، ترکاری، پھل، روئی، ریشم، ناریل وغیرہ اشیاء کی قیمتیں علیحدہ صفحہ پر دی جاتی ہیں مختلف کمپنیوں کے حصص Shares کے تازہ نرخ بھی اہتمام سے شائع ہوتے ہیں سرمایہ لگانے والے ایسے صفحات کا بغور مطالعہ کرتے ہیں اشیاء کا انتخاب مقامی ضروریات کی روشنی میں ہوتا ہے آج کل بازاروں کے نرخ، سرمایہ کاری کے عام رجحانات، مالیاتی صلاح ومشورہ وغیرہ کی اہمیت اس قدر بڑھ گئی ہے کہ خصوصی روزانہ اخبارات اس مقصد کے لئے شائع ہورہے ہیں خود ہندوستان میں ''دی ایکنامکس ٹائمز'' ''دی فائنانشیل ایکسپریس'' اور ''دی بزنس اسٹینڈرڈ'' جیسے روزناموں کی بڑھتی ہوئی مقبولیت اس بات کا ثبوت ہے کہ اس میدان میں کافی ترقی ہوئی ہے معاشیاتی خبروں اور تبصروں میں زبان کی شگفتگی پر زیادہ توجہ نہیں دی جاتی۔ یہاں اعدادوشمار کی درستگی ضروری ہے تعریف، توصیف اور

مبالغہ آرائی کے لیے بھی جگہ میں ہے موازنوں کی اہمیت رہتی ہے حالات کی صحیح عکاسی کرنی ہوتی ہے بازار میں بدلتی ہوئی قیمتوں کے اسباب پر تشفی بخش دلائل پیش کرنا ضروری ہے جس صفحہ پر بازار کے بھاؤ اور دیگر تجارتی خبریں درج ہوتی ہیں اس پر بعض بڑے اخبارات مستقل کالم بھی شائع کرتے ہیں جس میں صنعت و حرفت میں پیش آنے والی مشکلات کا تذکرہ ہوتا ہے، نئ تکنیکی دریافتوں اور ایجادات پر روشنی ڈالی جاتی ہے۔ بڑے صنعتی اداروں کی پالیسی میں کوئی نمایاں تبدیلی ہوتو جائزے پیش کیے جاتے ہیں کبھی کبھار مزدوروں کے مطالبات یا ہڑتال یا تالہ بندی یا ایسے ہی دیگر اہم مسائل پر بھی رائے کا اظہار ہوتا ہے۔

آج کی زندگی میں بینکوں کی افادیت اور اہمیت تسلیم شدہ ہے ہر بڑے یا چھوٹے تاجر کا بینکوں اور دیگر سرمایہ فراہم کرنے والے مالیاتی اداروں پر زیادہ انحصار ہے کسی بھی بینک یا کوآپریٹو بینک کی سالانہ میٹنگ کی تفصیلات کی اشاعت ضروری ہے بینک افسروں کے تبادلے، نظام اوقات میں تبدیلی، بچت یا سرمایہ سے متعلق نئے منصوب، قرضہ جات کے تعلق سے نئ پالیسی، نئ رعایات وغیرہ اطلاعات مالیاتی اور صنعتی صفحہ پر دلچسپی سے پڑھی جاتی ہیں۔

کسی بھی پرچون یا تھوک منڈی کا یہ خاصہ ہے کہ کسی بھی شے کی نرخوں میں ہمیشہ کمی بیشی ہوتی رہتی ہے خواہ وہ معمولی سبزی منڈی ہو یا بڑا سا جدید طرز پر منضبط اسٹاک ایکسچینج وہاں اہم تغیر و تبدیل ناگزیر ہے تجارتی طبقہ کے لیے ان اطلاعات کی سخت ضرورت ہوتی ہے۔

ریڈیو اور ٹیلی ویژن پروگرام

تمام ذرائع ابلاغ کم و بیش یکساں خدمات انجام دیتے ہیں ان کا کام خبریں فراہم کرنا، خبریں واضح کرنا اور عوام کی تفریح طبع کا اہتمام کرنا ہے۔ مجموعی طور پر یہ ذرائع قومی ثقافت کی نشوونما میں مدومعاون ہوا کرتے ہیں اخبارات کی طرح ریڈیو اور ٹیلی ویژن میں بھی اشتہارات کی تعداد بڑھتی جا رہی ہے خبروں کی اشاعت اور وضاحت میں اخبارات زیادہ مصروف اور مقبول ہیں وہ رسائل، ریڈیو، ٹیلی ویژن اور فلموں سے زیادہ خبروں کی ترسیل اور تصریح کرتے ہیں مگر ریڈیو اور ٹیلی ویژن اس برق رفتاری سے خبر نشر کرتے ہیں کہ اخبارات یقینی طور پر پیچھے رہ جاتے ہیں مگر جس گہرائی اور کاملیت سے اخبارات خبروں کو پیش کرتے ہیں وہ ایک مانی ہوئی حقیقت ہے پندرہ منٹ میں ریڈیو یا ٹیلی ویژن پر جتنی خبریں عموماً پیش کی جاتی ہیں وہ بڑی آسانی سے کسی بھی اخبار کے دو یا تین کالموں میں سما جاتی ہیں ریڈیو اور ٹیلی ویژن خبروں کے پس منظر یا جائزے دینے میں اخبارات کا مقابلہ نہیں کر سکتے۔ ہندوستان چونکہ آکاش وانی اور دوردرشن پر مرکزی حکومت کا مکمل قابو ہے وہ سرکاری پالیسیوں کے سختی سے پابند ہیں۔ گذشتہ تین سو سالوں میں معمولی شروعات سے لے کر آج کے جدید ترین اخباری دور تک مطبوعہ اخبارات نے خبروں کی فراہمی اور وضاحت کا ناقابل فراموش ریکارڈ قائم کیا ہے ماہرین کا یہ دعویٰ ہے کہ ریڈیو اور ٹیلی ویژن کی حیرت انگیز ترقی کے باوجود مطبوعہ الفاظ کی اہمیت سدا قائم رہے گی۔

اخبارات نے ریڈیو اور ٹیلی ویژن کی افادیت سے کبھی انکار نہیں کیا بلکہ ہمیشہ

اپنے تعاون اور خوشگوار تعلقات سے باہمی مفاہمت کا ثبوت دیا ہے ریڈیو اور ٹیلی ویژن کے پروگراموں کی تفصیل اخبارات میں خصوصی اہتمام سے شائع ہوتی ہے بعض اخبارات مقامی یا علاقائی یا قومی ریڈیو اسٹیشنوں کے تمام پروگرام لفظ بہ لفظ شائع کرتے ہیں اسی طرح ٹیلی ویژن کے پروگرام بھی مقامیر یلے اسٹیشن اور نیشنل پروگرام دونوں کے دیے جاتے ہیں۔

ہندوستان میں ریڈیو پروگرام مرکزی وزارت اطلاعات ونشریات کے زیر اہتمام شائع ہونے والے تین رسائل میں شائع ہوتے ہیں آکاش وانی (انگریزی)، آواز (اردو) اور آکاش وانی (ہندی) علاقائی اسٹیشنوں سے بنگالی، تامل تیلگو وغیرہ ریاستی زبانوں میں بھی ریڈیو پروگرام کے رسائل شائع ہوتے ہیں جن سے اخبارات استفادہ کرسکتے ہیں مقامی آکاش وانی کے دفاتر اور دوردرشن مراکز سے بھی تازہ ترین پروگراموں کی تفصیل اخبارات کوفراہم کی جات ہے جنوبی ہند کے بعض اخبارات سری لنکا کے ٹیلی ویژن ''روپ واہنی'' کے پروگراموں کی بھی تفصیل دیتے ہیں کیونکہ تامل ناڈو اور کیرالا کے کئی علاقوں میں یہ پروگرام صاف دکھائی دیتے ہیں دوردرشن کے ان مراکز میں جہاں اضافی چینل Chamnel شروع ہوئے ہیں ان کے پروگراموں کی تفصیل بھی دی جارہی ہے۔

ریڈیو اور ٹیلی ویژن پروگراموں کی تفصیل سے عموماً ''خبروں کے اوقات'' کاٹ دیے جاتے ہیں کیونکہ عام سامعین اور ناظرین کو اچھی طرح یادرہتا ہے کہ خبریں کب کب براڈ کاسٹ یا ٹیلی کاسٹ ہوتی ہیں بعض اخبارات ٹیلی ویژن پر

دکھائی جانے والی فلموں کے بارے میں پیشگی اطلاع دیتے ہوئے فلم کی کہانی کا خلاصہ، اداکاروں اور دیگر فنکاروں کی فہرست شائع کرتے ہیں ریڈیو اور ٹیلی ویژن پروگراموں پر تبصرے بھی روزانہ اخبارات کے ہفت روزہ ایڈیشن میں شائع ہوتے ہیں جیسے جیسے ٹیلی ویژن ہندوستان میں مقبول ہو رہا ہے عوام کی دلچسپی اس برقیاتی ذریعہ ابلاغ سے بڑھتی جا رہی ہے ٹیلی ویژن اور ریڈیو کے امور سے متعلق خصوصی رسائل بھی بازار میں آ گئے ہیں مثلاً ٹی وی اینڈ ویڈیو ورلڈ TV and video World جس میں ٹیلی ویژن پروگراموں کی جامع تفصیل ہوتی ہے، ٹیلی ویژن، وی سی آر یعنی ویڈیو کیسیٹ ریکارڈر Video Cassette Recorder اور متعلقہ برقیاتی ایجادات اور انکشافات کا حال درج ہوتا ہے چھوٹے اخبارات ایسے خصوصی رسائل میں شائع ہونے والے مواد سے بھی استفادہ کر سکتے ہیں۔

مصروفیات

کسی بھی بڑے شہر میں علمی، ادبی، ثقافتی اداروں کی بھرمار ہوتی ہے۔ سوسائٹی، ایسوسی ایشن، کلب، فیڈریشن، فورم، گلڈ، الائنس، انجمن، سبھا، بزم، سدن، سماج، ٹرسٹ، کانفرنس، سیمینار، سنگٹھن، پرتشٹھان، فاؤنڈیشن، یونین جیسے شناختی ناموں سے تقریباً ہر شعبہ کی ایک پیشہ ورانہ انجمن ہوتی ہے کالجوں اور یونیورسٹیوں میں بھی متعدد محفلیں ہوتی ہیں بین الاقوامی مزاج آشنا اداروں کی شاخیں بھی سرگرم رہتی ہیں۔ ایسے متعدد اور مختلف سماجی اور فعال رفاہ عام جماتوں

کے زیر اہتمام وقتاً فوقتاً مجالس منعقد ہوتی رہتی ہیں۔ افتتاحی اجلاس، سالانہ اجلاس، تہنیتی اجلاس، تعزیتی اجلاس، خیر مقدمی یا الوداعی اجلاس وغیرہ کا سلسلہ جاری رہتا ہے آج کل ہر مذہب، فرقہ اور جماعت کی جانب سے کسی نہ کسی قائد یا پیشوایا ادیب کی برسی منانے کا رواج عام ہوگیا ہے مثلاً یوم اقبال، امبیڈکر جینتی، جشن سائی بابا وغیرہ چھوٹے شہروں میں بھی عرس، میلے، ٹھیلے، یوم مدرسہ، سالگرہ، یوم والدین، جشن میلادالنبی صلعم، گرونانک جینتی، گنیش چترتھی، مشاعرہ، مباحثہ جیسی مجلسی کارروائیاں عام ہیں روٹاری کلب، لائنز انٹرنیشنل، وائی ایم سی اے، وائی ڈبلیو سی اے، راؤنڈ ٹیبل، جے سی انٹرنیشنل جیسے بین الاقوامی سماجی اداروں کی شاخیں آج کل ہندوستان کے متعدد شہروں میں سرگرم عمل ہیں اور یہ ادارے باقاعدگی کے ساتھ محفلیں منعقد کرتے رہتے ہیں کہیں کوئی نمائش لگتی ہے تو کہیں کسی طبی کیمپ کا افتتاح ہوتا ہے کہیں کوئی خصوصی فلم شو کا اہتمام ہوتا ہے تو کہیں کسی سوامی جی کے اعزاز میں جلوس نکلتا ہے رقص وموسیقی کی محفلیں تو ہر چھوٹی بڑی جگہ منعقد ہوتی ہیں ایسی اہم عوامی مصروفیات کی پیشگی اطلاع بھی خبر کی صورت میں دی جاسکتی ہے مگر جس دن متعلقہ پروگرام طے ہے اس کی اطلاع مختصر طور پر علاحدہ جگہ دی جاتی ہے۔

''مصروفیات'' Engaements، ''آج شہر میں'' Today in City ''کیا اور کہاں'' What and When شہری ڈائری City Diary ''شام کی مصروفیات'' Evening Engagements ''مفصل ڈائری'' Mofusal Diary ''مقامی سرگرمیاں'' Where to go ''کہاں جانا چاہیے'' Local

Activitiesوغیرہ عنوانات کے تحت مصروفیات کی تفصیل درج کی جاتی ہے۔

مصروفیات کے کالم میں بالترتیب ان اطلاعات کا ہونا ضروری ہے۔

1ادارہ کا نام۔۔۔۔۔۔۔۔اگر شاخ ہو تو وضاحت ضروری ہے۔

2اجلاس کا نام۔۔۔افتتاحی، اختتامی۔تہنیتی،

تعزیتی، سالگرہ، خیر مقدمی، الوداعی وغیرہ

3مہمانان خصوصی کے نام۔۔۔۔۔نام صحیح ہوں اور عہدے بھی درج ہوں

4صدر اجلاس کا نام۔۔نام مکمل ہو اور حیثیت واضح رہے۔

5نشست کا مقام۔۔۔۔جہاں اجلاس منعقد ہو رہا ہے

اس کا صحیح پتہ (اگر مقام کافی مشہور ہو تو پتہ لکھنے کی ضرورت نہیں)

6وقت۔۔۔۔۔وقت لکھتے وقت صبح، دوپہر، سہ پہر، شب کی وضاحت ضروری ہے(صرف 9 بجے یا 11 بجے لکھ دینے سے پریشانی ہوتی ہے)

عموماً مصروفیات کالم میں اطلاعات مفت شائع ہوتی ہیں مطبوعہ دعوت نامہ موصول ہو اور اس میں مندرجہ بالا کسی تفصیل کی کمی ہو تو ٹیلی فون کے ذریعہ متعلقہ ادارہ کے عہدہ داروں سے ضروری تفصیل یا تصدیق حاصل کر لی جائے۔یہ شرط نہ رکھی جائے کہ مطبوعہ دعوت نامہ اخبار کے دفتر آنے پر ہی مصروفیات کے کالم میں اطلاع شائع ہوگی۔بعض نشستیں ایسی ہوتی ہیں جس میں اخباری نمائندوں کی شرکت ضروری نہیں ہوتی مثلاً سالانہ جنرل باڈی میٹنگ، بورڈ آف ڈائرکٹرس میٹنگ وغیرہ بعض ایسی بھی مصروفیات ہوتی ہیں جن میں صرف متعلقہ کلب یا

سوسائٹی کے اراکین ہی کے لیے مخصوص ضیافت کا اہتمام ہوتا ہے ظاہر ہے کہ ہر جگہ ہر محفل کے لیے ہر اخبار کے ہر نمائندہ کو مدعو نہیں کیا جا سکتا بعض چھوٹے ادارے مطبوعہ دعوت نامے نہیں بھیج سکتے، اگر وہ مصروفیت کی مکمل اطلاع مراسلہ کی صورت میں ہاتھ سے لکھا ہوا یا ٹائپ شدہ یا زیراکس کاپی میں بھیجیں تو اس کا احترام ضروری ہے مقامی اخبار کا یہ فرض ہے کہ وہ مقامی مصروفیات کو ضروری اہمیت دے اور تجارتی نکتہ نگاہ سے نہ دیکھے اخبار کسی بھی معاشرہ کا آئینہ ہوتا ہے اور کسی بھی شہر کے اخبار کا مصروفیات کا کالم وہاں کی سماجی اور ثقافتی کیفیت کا آئینہ دار ہوتا ہے۔

فلمی خبریں اور رائیں

عام خیال ہے کہ پہلے خاموش فلموں کا آغاز ہوا اور آواز بعد میں فلموں میں شامل ہوئی مگر حقیقت یہ ہے کہ خاموش فلموں کے فروغ سے کافی پہلے 6 اکتوبر 1889ء کو امریکہ کے ایک موجد ڈکنسن نے ایک ایسی فلم کی نمائش کی جس میں تصاویر کے ساتھ ہی آواز موجود تھی، اس سمعی بصری فلم میں موجد ڈکنسن کو مشہور موجد تھامس آلو ایڈیسن سے مصافحہ کرتے ہوئے دکھایا گیا تھا۔

خاموش فلموں کی تاریخ 1895ء سے شروع ہوتی ہے جب فرانس کے مشہور لومیرے برادران Lumiere Brothers نے سب سے پہلے 35 تماشائیوں پر مشتمل ایک اجتماع کو اپنی پہلی متحرک فلم دکھائی ایک سال بعد انگلستان اور روس کے کئی مقامات پر خاموش فلموں کی نمائش ہوئی 1900 سے فلموں کے میدان میں تیزی

سے ترقی ہوئی فرانس میں جارجز ملیئر نامی ایک فلم ساز نے 12 فلمیں تیار کیں اس زمانہ میں 21 میٹر لمبے اور 15 میٹر چوڑے سائز کے پردہ پر فلمیں دکھائی جاتی تھیں کارٹون فلمیں 1907ء میں بننی شروع ہوئے پہلی رنگین فلم 1908ء میں لندن میں تیار ہوئی جس میں شہنشاہ جارج پنجم کے جشن تاج پوشی کے مناظر دکھائے گئے۔ امریکہ کے ہالی وڈ نامی مقام ہر نوعیت کی فلموں کی تیاری کا مرکز ثابت ہوا۔سیسل بی ڈیمل Cecil B De Mille نامی پروڈیوسر نے کافی مقبول فلمیں بنائیں چارلی چیپلن ڈوگلاس فیئر بنکیس ،میری پک فورڈ، رڈولف والنٹینو اور گریٹا گاربو جیسے فلمی ستاروں کے نام عالمگیر شہرت پا گئے۔مزاحیہ فلمیں بنانے میں چاپلن کو غیر معمولی کامیابی ہوئی۔دی کڈ، دی پلگرم، سٹی لائٹ جیسی فلموں نے ہر جگہ دھوم مچائی۔

بولتی فلموں نے 1930 اور 1940 کے درمیان غیر معمولی مقبولیت حاصل کی۔ الیگزنڈر کورڈا نے انگلستان میں پیٹروف نے روس میں،فلیمنگ اور فورڈ نے امریکہ میں اور رینیر نے فرانس میں فلمسازی میں کافی تجربے کیے اور مالی اعتبار سے بھی انہوں نے حیرت انگیز کامیابی حاصل کی۔

عالمگیر جنگوں میں فلم کی افادیت اور اہمیت زیادہ تسلیم کی گئی۔خبروں اور پروپگنڈہ کے لیے فلمیں بڑے موثر طریقہ پر استعمال کی گئیں دستاویزی فلموں کی مدد سے تشہیر کا کام زوروں پر ہوا اور منصوبوں میں کامرانی ملی 1940ء میں چارلی چیپلن کی فلم ”دی گریٹ ڈکٹیٹر“ نے غیر معمولی مقبولیت حاصل کی جس میں مشہور جرمن قائد ہٹلر کا بھرپور مذاق اڑا گیا تھا۔ہنری فانڈا، آرسین ویلز، لارنس آلیور جیسے

اداکاروں نے عالمی شہرت حاصل کی۔ روفڈ، ہچ کاک اور کیا پرا بحیثیت ہدایت کار کافی مقبول ہوئے۔ الزبتھ ٹیلر، آڈری ہپ برن، صوفیہ لارین، ہیڈی لیامر، مارلن منرو وغیرہ فلمی ہیروئنوں کو لازوال مقبولیت ملی۔ راڈ ٹیلر، کیاری گرانٹ، ایرال فلن، پیٹر اوٹول، برٹ لنکاسٹر جیسے اداکاروں کے نام غیر فانی ہو گئے۔ امریکی اور انگلستانی فلمیں دیگر ممالک کی طرح ہندوستان میں کافی پسند کی گئیں اور قدیم ہندوستانی اخبارات نے منتخب فلموں کے بارے میں بہترین تبصرے شائع کیے۔

ہندوستان میں سب سے پہلے 1901ء میں فلم کی نمائش ہوئی 1903ء میں بھٹ واڈیکر نے شہنشاہ ایڈورڈ ہفتم کی رسم تاج پوشی کے کچھ مناظر کی فلم بندی کی 1913ء میں دادا صاحب پھالکے نے پہلی ہندوستانی فلم ''راجہ ہریش چندرا'' تیار کی۔

بمبئی اور کلکتہ 1920 سے 1930 تک فلم سازی کے اہم مراکز۔۔۔ تھے ناظرین میں مزدور طبقہ کی اکثریت تھی۔ پڑھے لکھے احباب امریکی اور انگلستانی فلموں کے مداح اور سرپرست تھے پہلے پہل دیوی دیوتاؤں کے قصوں کی فلمیں زیادہ مقبول تھیں۔ رنجیت مودی ٹون بمبئی کے چندلال شاہ نے سماجی مسائل پر فلمیں بنانے کا سلسلہ شروع کیا۔ کلکتہ میں ڈی، جی، گنگولی نے بھی سماجی فلموں کی جانب توجہ دی۔

عالم آراء ہندوستان کی پہلی بولتی فلم تھی جو 1931 میں اردشیر ایرانی نے بنائی اس اردو فلم میں 12 گانے تھے ناطق فلمیں آئیں تو ہندوستان جیسے ملک میں بڑا مسئلہ

زبان کا تھا۔ ہمہ لسانی ہندوستان میں کسی ایک زبان میں فلم کی کامیابی یقینی نہیں سمجھی جاتی تھی۔ خاموش فلموں کے لیے یہ مسئلہ نہیں تھا اور وہ ملک کے کسی بھی حصہ میں اعتماد کے ساتھ دکھائی جا سکتی تھیں۔ اسی لیے اوائل کی فلموں میں ناچ گانوں کی بھر مار تھی تا کہ شائقین کم از کم رقص و موسیقی کی خاطر فلموں کی سرپرستی کریں۔ گجراتی، مرہٹی، بنگالی، تامل اور تیلگو بھی فلمیں بننی شروع ہوئیں مگر بیشتر کامیابی ہندی فلموں کے حصہ میں آئی کے ایل سہگل کی فلم ''دیوداس'' نے کافی نام کمایا۔ مرہٹی فلم ''سنت تکارام'' بہت مقبول ہوئی تامل فلم ''بول یوگنی'' نے تماشائیوں کا دل جیت لیا۔ وی شانتا رام کی ہندی فلم ''آدمی'' بہت پسند کی گئی۔ 1936 میں بنی ہندی فلم ''اچھوت کنیا'' نے چھوت چھات کے مسئلہ پر عوام کی توجہ مبذول کرائی ''دنیا نہ مانے'' میں شانتا رام نے گھر والوں کی پسند سے ہونے والی شادیوں کے فوائد اور نقصانات پر روشنی ڈالی ''بڑی دیدی'' میں ہندو خاندانوں میں بیوہ عورتوں کے مصائب کی صحیح عکاسی ہوئی ''پڑوسی'' میں ہندو مسلم اتحاد پر زور دیا گیا۔

بمبئی کو ہندوستان کے ہالی وڈ کا نام اور مقام نصیب ہو گیا کیونکہ 1940 کے بعد یہاں بڑی بھاری تعداد میں فلمیں تیار ہوئیں کولہاپور اور پونے مرہٹی فلموں کے مرکز بنے۔ مدراس میں جنوبی ہند کی زبانوں کی فلمیں خاصی تعداد میں بننے لگیں۔

فلم کو صنعت کا درجہ ملا اور فلموں سے دلچسپی روز بہ روز بڑھتی ہی گئی ہر زبان میں ایسے رسائل نکلنے لگے جو صرف فلمی معاملات پر توجہ دینے لگے بابو راؤ پٹیل کے انگریزی ماہنامہ ''فلم انڈیا'' نے مقبولیت کے نئے ریکارڈ قائم کیے ''ساؤنڈ'' نامی ماہ

نامہ کافی مقبول ہوا اردو میں ''شمع'' اور ہندی میں ''چترا'' نے کافی شہرت حاصل کی ہندوستان کی ہر اہم زبان میں کوئی نہ کوئی فلمی رسالہ مقبول ہوا۔

فلموں، فلمی ستاروں اور فلمی امور سے نوجوانوں اور عورتوں کی دلچسپی اتنی بڑھی کہ سنجیدہ اخبارات بھی کم از کم ہفت روزہ ایڈیشن میں فلمی کالم شائع کرنے لگے فلمی کہانیاں، تبصرے، انٹرویو، سوال و جواب وغیرہ ذوق وشوق سے پڑھے جانے لگے۔ سکندر، قسمت، بسنت، بندھن، شکنتلا، دھرتی کے لال، چندر لیکھا، لاہور، آن، امر، آزاد جیسی کامیاب فلموں کے بعد فلموں سے عوامی دلچسپی میں بہت اضافہ ہوا۔

فلمی ستاروں کی انفرادی اہمیت 1950 کے بعد بہت بڑھ گئی جسے ''اسٹار سسٹم'' Star System کہا گیا دلیپ کمار، راج کپور، اشوک کمار، دیو آنند اور بھارت بھوشن جیسے فلمی اداکاروں کی مانگ بڑھی تو ثریا، نرگس، مدھو بالا، مینا کماری، کامنی کوشل، بینا رائے جیسی اداکارائیں مقبولیت کی چوٹی چھونے لگیں۔ سجاتا، آوارہ، دو بیگہہ زمین، جھانسی کی رانی، مغل اعظم، مجھے جینے دو، شہر اور سپنا، سنگم، دوستی، آشیرواد، میرا نام جوکر اور دستک جیسی فلموں نے مقبولیت کے نئے ریکارڈ قائم کئے۔ چودھویں کا چاند، میرے محبوب، پیاسا، مدہوشی، نیا دور، بیجو باورا، میلہ، کوہ نور، جھنک جھنک پائل باجے، انارکلی، ناگن، نورنگ، انسانیت، مرزا غالب جیسی فلموں نے عوام کے دلوں میں جگہ پائی اور آمدنی کے لحاظ سے بھی ان فلموں کو کامیاب کہا جا سکتا ہے حکومت کی جانب سے بھی اچھی فلموں کی ہمت افزائی شروع ہوئی۔ دیگر

علاقائی زبانوں میں بھی کافی عمدہ فلمیں بن کر کامیاب ہوئیں۔ بنگالی، تامل اور ملیالم فلموں نے کئی نئی راہیں سجھائیں۔ ستیہ جیت رے کی "پتھیر پنچالی" کے ساتھ ہی "نئی لہر" New Wave فلموں کا دور شروع ہو گیا۔

فلموں کے تماشائی صرف فلمیں دیکھنے کی حد تک دلچسپی نہیں رکھتے۔ وہ اپنے محبوب فلمی ستاروں کے بارے میں نت نئی باتوں کو جاننے کے لیے بے تاب رہتے ہیں زیر تکمیل فلموں کے بارے میں پیشگی اطلاعات پانے کا اشتیاق رکھتے ہیں آنے والی فلموں کے مناظر کی جھلکیاں دیکھنا پسند کرتے ہیں۔

بڑے اخبارات میں فلمی صفحہ کے لیے علیحدہ مدیر مقرر ہوتے ہیں۔ حالانکہ آج کل ویڈیو فلموں کی مقبولیت بھی بڑھتی جا رہی ہے مگر فلموں کی مقبولیت اور فلمی خبروں کی مانگ میں بہت کم فرق آیا ہے۔ فلمی رسائل کی تعداد اشاعت میں برابر اضافہ ہوتا جا رہا ہے آفسیٹ طباعت کی برکتوں سے روزانہ اخبارات میں بھی فلمی ستاروں کی خوبصورت رنگ دار تصویریں شائع ہو رہی ہیں اکثر یہ دیکھا گیا ہے کہ وہ قارئین بھی فلمی مواد رغبت سے پڑھتے ہیں جنہیں فلمیں دیکھنے کا ایسا کچھ زیادہ شوق نہیں ہے ایسے قارئین بھی ہیں جو فلمیں دیکھتے تو نہیں مگر فلمی امور سے باقاعدہ دلچسپی لیتے ہیں۔

فلمی صفحہ میں رنگینی اور شوخی زیادہ ہونی چاہیے مگر معیاری اخبارات نیم برہنہ اور قابل اعتراض تصویریں شائع کرنے سے احتراز کریں اخبار ہر گھر میں جاتا ہے اور اس میں گندہ تصاویر دیر یا نا گوار فقرے ہوں تو کوئی شریف انسان اپنے گھر میں ایسے

مخرب الاخلاق پرچہ کو رکھنا پسند نہیں کرے گا۔ صحت مند صحافت کا تقاضہ ہے کہ تفریحی مواد شائع تو ہو مگر جنسی جذبات کو مشتعل کرنے والی تصویروں کو جگہ نہ دی جائے ۔ فلمی خبروں کے انتخاب میں بھی ایک خصوصی معیار برتا جائے ۔

شہر میں نمائش ہونے والی فلموں کے تبصرے قارئین غور سے پڑھتے ہیں۔ عموماً تقسیم کاروں یا سینما گھر کے منتظمین کی جانب سے نئی فلموں کے بارے میں ضروری معلومات فراہم کی جاتی ہیں اکثر و بیشتر ہر نئی فلم کے ساتھ ایک کتابچہ بھی بھیجا جاتا ہے جس میں فلم کی کہانی کا خلاصہ، گانے اداکاروں اور دیگر فنکاروں کے بارے میں زیادہ سے زیادہ اطلاعات یکجا رہتی ہیں۔ ایسا کتابچہ اخبارات کے فلمی نامہ نگاروں کو تحفتاً پیش کیا جاتا ہے ایسے معلوماتی کتابچہ کی مدد سے تبصرہ نگار کا کام زیادہ سہل ہو جاتا ہے اگر ایسا کتابچہ نہ مل سکے تو نامہ نگار متعلقہ فلم کے بڑے بڑے پوسٹروں پر شائع شدہ اطلاعات سے یہ نوٹ کرلے کہ فلم کا کہانی نویس کون ہے؟ مکالمہ نگار کون ہے؟ عکاسی کس نے کی ہے؟ موسیقی کس نے ترتیب دی ہے؟ ہدایت کاری کی ذمہ داری کس نے سنبھالی ہے؟ تبصرہ میں ایسی معلومات کا شامل ہونا ضروری ہے فلم کی تعریف ہو تو یہ دلیل پیش کرنا بھی لازمی ہے کہ فلم کا کون سا پہلو قوی اور متاثر کن ہے اگر فلم کی عیب جوئی کرنی ہے تو صرف اتنا لکھ دینا کافی نہیں ہے کہ فلم اچھی نہیں ۔ یہ دلیل پیش کرنا ضروری ہے کہ کس پہلو سے فلم زیادہ کمزور اور قابل اعتراض ہے بعض شائقین فلم دیکھنے یا نہ دیکھنے کا فیصلہ اپنے محبوب اخبار میں فلمی تبصرہ پڑھ کر کرتے ہیں چند رسائل میں فلموں کو ''بہت اچھی''، ''اچھی''، ''گوارا''، ''ناقص''

اور ''بے حد ناقص'' کی طرح تقسیم کیا جاتا ہے۔ بعض اخبارات فلم پر رائے دیتے وقت ''ستاروں'' کا نشان لگاتے ہیں یعنی تینس تاروں کے نشان والی فلم ''عمدہ ترین'' دوستاروں والی فلم ''قابل دید'' اور ایک ستادہ والی فلم ''اوسط درجہ کی فلم'' گنائی جاتی ہے تنقید و تبصرہ ایک باضابطہ فن ہے اس کے بندھے بندھائے اصول ہیں جن پر عمل لازمی ہے کسی بھی فلمی مبصر کا فلمی دنیا کی معلومات پر عبور رکھنا ضروری ہے ایک اچھے تبصرہ نگار کا غیر متعصب ہونا بہت ہی اہم ہے اپنی پسند یا ناپسند قارئین پر ٹھونسنا غیر اخلاقی حرکت ہے۔ مشتہرین کے خوف سے کسی بھی فلم کی بے جا تعریف کر کے قارئین کے اعتماد کو دھکا نہیں لگایا جا سکتا۔ فلمی تبصرہ کا بے لاگ ہونا لازمی ہے اکثر شائقین فلم دیکھنے سے پہلے ہی نہیں بلکہ فلم دیکھنے کے بعد بھی اخبار یا رسالہ میں شائع شدہ تبصرہ پڑھنے کے عادی ہیں۔ ایسے قارئین کو اطمینان ہونا چاہیے کہ ان کے محبوب اخبار کا فلمی مبصر اعتدال پسند ہے اور بے جا تعصب سے یکسر پاک ہے بہ الفاظ دیگر فلمی تبصرہ قارئین کی رہنمائی کے لیے تحریر کیا جائے نہ کہ مشتہر کی خوشنودی حاصل کرنے کی نیت سے۔ ایک مفت پاس کی خاطر اگر کوئی فلمی نمائندہ کسی بکواس فلم کو اچھی فلم کہہ دے تو ممکن ہے کہ آئندہ قارئین اس مبصر کی رائے کا احترام ہی نہ کریں بلکہ اس مبصر کے تحریر کردہ تبصروں کو پڑھنا ہی چھوڑ دیں۔

بچوں کا صفحہ

جس سماج میں بچوں کی مسکراہٹ یا قہقہے نہ ہوں وہاں جینا ہی فضول ہے بچوں کے لیے معلومات اور تفریح کا اہتمام کرنا والدین اور سماج کے ذمہ دار افراد کا فرض ہے۔اخبارات کو بچوں پر اس لیے بھی توجہ دینا ضروری ہے کہ آج کے بچے کل بڑے ہو کر اسی اخبار کو ترجیح دیں گے جسے وہ بچپن سے پڑھتے آئے ہیں ہفتہ میں کوئی ایک دن روزانہ اخبار میں بچوں کے لیے ایک صفحہ یا ایک کالم مخصوص کرنا بہتر ہے اگر اتوار کو نکلنے والے خصوصی ایڈیشن میں ہی بچوں کا صفحہ شائع ہو تو زیادہ مقبولیت حاصل ہو گی۔

بچوں کے لیے لکھنا بہت مشکل کام ہے یہ قیاس بالکل غلط ہے کہ بچوں کے لیے کہانیاں لکھنا بڑا آسان بچوں کے لیے لکھنے والے ادیب کو بچوں کی نفسیات سے گہری واقفیت ہونی چاہیے۔اسے بچوں سے بے حد اور حقیقی پیار ہونا ضروری ہے وہ ہر ماحول میں ہر موقعہ پر بچوں کی حرکات کا دلچسپی سے مشاہدہ کرتا رہے بچوں کے لیے لکھتے وقت الفاظ کے انتخاب میں غیر معمولی احتیاط برتنی چاہیے الفاظ آسان ہوں اور بچوں کی سمجھ میں جلد از جلد آجائیں۔پیراگراف بھی مختصر ہوں۔لمبے جملوں سے پرہیز ضروری ہے۔

بچوں کے ادب کے ماہرین نے بچوں کو بھی عمر اور استعداد کی بنیاد پر تقسیم کیا ہے تین سال سے چار سال تک کے بچے ''نرسری'' Nursery عمر کے بچے کہلاتے ہیں انہیں چھوٹی بلکہ بہت چھوٹی کہانیاں پسند آتی ہیں، ایسی کہانیوں کی طوالت تین

سو الفاظ یا زیادہ سے زیادہ چار سو الفاظ ہو آٹھ سال سے بارہ سال کے بچوں کے لیے کہانیاں پانچ سو سے لے کر دو ہزار الفاظ تک ہو سکتی ہیں۔ بارہ سال سے زیادہ عمر کے بچوں کے لیے دو ہزار سے زیادہ مگر پانچ ہزار الفاظ سے کم ہوں۔ یہ طوالت ہر ملک میں بدل سکتی ہے کسی بھی زبان کی خصوصیات کی مناسبت سے اس تعداد میں کمی بیشی کی جا سکتی ہے وقت کی رفتار کے ساتھ بھی اس تعداد میں ترمیم ممکن ہے۔

چار سال سے سات سال تک کے بچوں کو سیدھی سادی کہانیاں مرغوب ہوتی ہیں جو گھریلو زندگی سے متعلق ہوں۔ انہیں پریوں کی کہانیاں بھی پسند آتی ہیں اور جانوروں سے متعلق کہانیوں میں ان کی دلچسپی زیادہ ہوتی ہے۔ آٹھ سے بارہ سال کے بچوں کو سکول کے متعلق تفصیلات بھاتی ہیں۔ جانوروں اور پریوں کے اطراف گھومتی ہوئی کہانیاں بھی انہیں پسند آتی ہیں بارہ سال سے زیادہ عمر کے بچوں اور بچیوں کو جدید مہماتی کہانیاں بہت بھاتی ہیں۔ جدید زمانہ کے بچوں کو علاؤ الدین کے جادوائی چراغ سے زیادہ اڑن طشتریوں سے دلچسپی ہے۔ وہ شیخ چلی کی کہانیوں سے زیادہ ویڈیو کھیلوں کی جانب راغب ہیں۔ جو کہانیاں بیس تیس سال پہلے کے بچوں کو پسند آتی تھیں آج کے بچوں کو بیزار کن محسوس ہوتی ہیں۔

کہانی قدیم طرز کی ہو یا جدید طرز کی یہ بہت ضروری ہے کہ اس میں کوئی نہ کوئی مقصد ضرور ہو۔ کہانی پڑھ کر بچے کو یہ محسوس ہو کہ اسے ایک ''سبق'' ملا ہے یا ایک ''پیغام'' ملا ہے۔ سبق اخلاقی اقدار کا حامل ہو اور پیغام میں جدت کا ہونا ضروری ہے بچوں کے لیے شائع ہونے والا مواد عام فہم، دلکش اور جاذب نظر ہو۔ کتابت

قدرے جلی قلم میں ہو۔ بین السطور کافی جگہ چھوڑی جائے۔

بچوں کے ادب میں تازگی، شگفتگی، اور دلچسپی ازبس ضروری ہے کہانیوں میں تحیر آمیزی بھی ہو۔ تحریر میں روانی ہو۔ بچے ایسی کہانیوں سے بہت خوش ہوتے ہیں جس میں ''کمال'' ہو۔ وہ کہانی جس کے آخری حصہ میں پیچ وخم ہوں بچوں کو زیادہ بھاتی ہیں کسی بھی کہانی کا اختتام ان کی توقعات کے خلاف ہو انجام خوشگوار ہو تو بچوں کا من بہت خوش ہوتا ہے۔

تصاویر کے بغیر بچوں کی کوئی کہانی شائع نہ کی جائے اگر رنگین تصاویر ہوں تو اثر زیادہ ہو جاتا ہے لطیفوں کے ساتھ بھی مختصر تصویر ہو تو بہتر ہے بچے چھوٹے چھوٹے کارٹون بھی بڑے ذوق وشوق سے دیکھتے ہیں۔ بچوں کا صفحہ نقش ونگار، مزاحیہ تصاویر اور آڑی ترچھی لکیروں سے مزین ہو۔ جو بات ایک ہزار الفاظ میں نہیں ادا ہو سکتی وہ ایک اچھی تصویر سے واضح ہو جاتی ہے۔

بچوں کا ادب فلسفیانہ نکات سے پاک ہو دقیق خیالات اور نظریات بچوں کے صفحات پر ہرگز نہ دیے جائیں اگر اتفاق سے کسی خیال کو بچوں کے ذہن میں بٹھانا مقصود ہو تو آسان سے آسان زبان میں سمجھائی جائے اور ایسی آسانی کے لیے ذرا طوالت بھی آ جائے تو مضائقہ نہیں بچے جو باتیں آج پڑھتے ہیں ان کا اثر دیرپا ہوتا ہے اس لیے غلط قسم کی باتیں ہرگز نہ دی جائیں۔

کسی بھی بچے کا دماغ ایک پاک صاف تختی یعنی سلیٹ Slate کی طرح ہوتا ہے جو بات بچپن میں وہاں نقش ہو جاتی ہے وہ گہرائی کے ساتھ ایک زمانہ تک رہ

جاتی ہے۔ اسی لیے اصرار کیا جاتا ہے کہ بچوں کا ادب کافی پاکیزہ، اخلاقی اور معلوماتی ہو۔ بچپن میں مطالعہ یا مشاہدہ کے بعد جو بات بچے کے ذہن میں آ جاتی ہے وہ بڑی مشکل سے مٹتی ہے۔ لہٰذا نیک باتوں اور بہترین اصولوں کو ترجیح دی جائے۔ بچوں کے لیے تحریر کی جانے والی ہر چیز ٹھیک، مربوط اور مکمل ہو۔

بچوں کے لیے تفریح مہیا کرنا ادب اطفال کا عین مقصد ہے۔ ایسی باتوں کو فوقیت دی جائے جسے پڑھ کر بچے مسکرائیں یا قہقہے لگائیں۔ چٹکلوں، مختصر تذکروں اور پر لطف قدیم و جدید قصوں کو بھی نئے انداز سے پیش کیا جائے۔ ایسا مواد ہرگز نہ دیا جائے جو بچوں کے دماغ پر بار ثابت ہو جو بھی بات کہی جائے وہ دل آویز انداز میں ہو مختصر مضامین ایسے ہوں جو بچوں کی تاریخ، جغرافیہ، مطالعہ قدرت یا سائنس کی معلومات فراہم کریں۔ دلچسپ طریقہ پر ایسی باتیں ذہن نشین کرائی جائیں جن سے وہ پاکی صفائی اور صحت مندانہ اصولوں پر زیادہ توجہ دیں ایسی کسی بھی نوعیت کا مواد شایع نہ ہو جس سے بچوں میں نفرت، تشدد، یاسیت یا اسی نوع کے منفی جذبات جاگیں۔ نیک احساسات اور پاکیزہ خیالات کی پرورش کرنے والی کہانیوں کو زیادہ اہمیت دی جائے کسی بھی کہانی میں پلاٹ سے زیادہ کہنے کا انداز بہت اہم ہوتا ہے لکھتے وقت اس بات کا بھی لحاظ رہے کہ شہری علاقوں کے بچوں اور دیہی علاقوں کے بچوں کے ذوق میں اچھا خاصہ فرق ہوتا ہے۔ بچوں کے مضامین اس مقصد سے تحریر ہوں کہ انہیں پڑھ کر بچوں کے خیالات میں پختگی آئے اور ان کے تصورات میں قوت پیدا ہو۔ انہیں عوامی زندگی سے دلچسپی بڑھے اور وہ آسانی سے اپنے آپ کو کسی

بھی ماحول میں ڈھال لینے کے اہل بن سکیں۔

حالاں کہ بچوں کے صفحہ پر مواد بچوں کے ذوق وشوق کو مدنظر رکھ کر منتخب کیا جاتا ہے مگر یہ بات ہمیشہ یاد رکھی جائے کہ بچوں کے لیے دی گئی چیزیں صرف بچے ہی نہیں پڑھتے بلکہ اس صفحہ پر آٹھ سال سے اسی سال تک کے ''بچوں'' کی نظریں پڑتی ہیں۔بچوں کا صفحہ مردوں اور عورتوں میں بھی یکساں مقبول رہتا ہے۔

نسوانی کالم:

اکثر اخبارات میں ''بزم خواتین''، ''بہنوں کا صفحہ''، ''بزم نسواں'' جیسے مختلف عنوانات سے عورتوں کے لیے مخصوص مواد شائع ہوتا ہے پہلے یہ تصور عام تھا کہ اخبارات صرف مرد پڑھتے ہیں اور اب یہ جائزہ صحیح ہے کہ اخبارات پڑھنے والی خواتین کی تعداد بھی اچھی خاصی ہے۔صحافت پر آج کل مردوں کی اجارہ داری باقی نہیں ہے۔اخبارنویسی کے بیشتر شعبوں میں خواتین صحافیوں کی بھی پذیرائی ہو رہی ہے۔آج کل ایسے مقالات، تصاویر اور فیچر زیادہ وقعت سے قبول کیے جاتے ہیں جس میں عورتوں کی دلچسپی کا خصوصی لحاظ رکھا گیا ہے۔خواہ پورا صفحہ مخصوص کیا گیا ہو یا دو چار کالم کوشش یہی کی جاتی ہے کہ کچھ نہ کچھ خصوصی مواد ایسی نوعیت کا ہو جس سے پڑھنے والی خواتین کے ذوق کی اچھی تسکین ہو جائے۔خواتین کی خوشنودی حاصل کرنے کی ایک پوشیدہ غرض یہ بھی ہے کہ گھر کا کاروبارہ زیادہ تر عورتیں ہی سنبھالتی ہیں، ظاہر ہے کہ وہ گھریلو بجٹ میں اخبار کے لیے جگہ نکالتے وقت اسی اخبار کا

انتخاب ضرور کریں گی جس میں ان کی دلچسپی کا مواد بھی اہتمام سے شائع ہوتا ہے۔ دوسری خاص وجہ یہ ہے کہ اخبار کے مشتہرین کا خیال ہے کہ اشتہارات پر مردوں سے زیادہ عورتیں توجہ دیتی ہیں۔ کسی بھی قیمتی شے کو گھر کے استعمال کے لیے خریدنے کا فیصلہ مردوں سے زیادہ عورتوں کی خواہش یا اصرار پر منحصر ہوتا ہے۔ اسی لیے مشتہرین اپنے اشتہارات کی تیاری میں مردوں سے زیادہ عورتوں کے احساسات اور جذبات سے کھیلنے کی کوشش کرتے ہیں کچھ چالاک مشتہرین اکثر گھریلو اشیاء کے بڑے اشتہارات کے لیے خصوصی نسوانی رسالوں کو ترجیح دیتے ہیں یا اصرار کرتے ہیں کہ ان کے اشتہارات اس صفحہ پر شائع ہوں جن پر عورتوں کی نظریں مقابلتاً زیادہ پڑتی ہیں۔

تجارتی نکتہ نگاہ سے پرے بھی اگر غور سے دیکھا جائے تو آج کل ہر عملی میدان میں عورتوں کی اہمیت میں روز بروز اضافہ ہوتا جا رہا ہے۔ خواتین کی آزادی کی تحریکوں میں عموماً یہی مطالبہ زوردار ہوتا ہے کہ ہر معاملہ میں عورتوں کو مردوں کے برابر سمجھا جائے اور ہر جگہ انہیں مساوات نصیب رہے اسی مطالبہ کی تکمیل کے لیے اخبارات میں بھی عورتوں کے امور اور ان کے ذوق وشوق کی دلچسپیوں کو اہمیت دی جا رہی ہے تقریباً ہر ملک اور ہر زبان میں یہ رویہ مقبول نظر آ رہا ہے خواتین عموماً ایسی کہانیوں کو پڑھنا پسند کرتی ہیں جس میں جان جوکھم، جوش، رومان، خطرہ، تعریف، نظر فریبی اور مشقت کا تذکرہ ہو۔ صحت عامہ، بچوں کی نگہداشت، نت نئے فیشن، حسن افزا اشیاء اور دیگر امور خانہ داری میں بھی یہ گہری دلچسپی لیتی ہیں موضوع خواہ

کوئی بھی ہو وہاں نسوانی پہلو اجاگر ہو تو انہیں تشفی رہتی ہے باغبانی، پکوان، میک اپ، بچوں کی تعلیم و تربیت، کشیدہ کاری، کٹائی، بنائی وغیرہ خواتین کے جانے پہچانے مرغوب موضوع ہیں۔ مٹھائیوں، سالن، پلاؤ، اچار، مربے، چٹنی وغیرہ بنانے کی ترکیب نسوانی صفحہ پر شائع کرنا ضروری ہے۔ گھریلو نسخوں کو بھی مناسب جگہ دی جائے پھولوں کی سجاوٹ، تیمارداری، کمروں کی دیکھ بھال وغیرہ پر ہدایاتی مضامین ذوق وشوق سے پڑھے جاتے ہیں۔ ٹی وی، واشنگ مشین، گرائنڈر، مکسر، پریشر کوکر، بائلر، ٹوسٹ میکر جیسی گھریلو اشیاء سے متعلق معلومات ہو تو عورتیں بہت دلچسپی سے پڑھتی ہیں کشیدہ کاری اور کروشیا کے نمونے بھی ضروری ہیں سوال و جواب کی صورت میں ذاتی مسائل کے حل بھی پیش کیے جا سکتے ہیں۔ نئے کپڑوں کے بارے میں اطلاعات کو نمایاں جگہ دی جائے۔ کسی بھی سلسلہ میں بچت کے طریقوں پر روشنی ڈالی جائے تو خواتین ضرور دلچسپی دکھاتی ہیں۔

نسوانی صفحہ پر سیاست اور معاشیات کے کسی معاملہ کو جگہ نہ دی جائے۔ ہر ایسا موضوع اس صفحہ یا کالم کے لیے منتخب ہو جس میں نسوانی نقطہ نگاہ کا عنصر ہو بچوں کی نفسیات کے بارے میں یا نوزائیدہ بچوں کی خصوصی دیکھ بھال کے بارے میں مضامین ہو تو عورتیں ضرور پسند کریں گی۔ مضمون زچہ بچہ کی صحت سے متعلق سنجیدہ ہو یا لپ اسٹک صحیح طریقہ پر لگانے کے لیے ہدایات، خواتین خصوصی رغبت سے نسوانی کالم یا صفحہ کا مطالعہ کرتی ہیں نسوانی موضوعات پر مطالعہ کرنے والے مرد قارئین کی بھی کوئی کمی نہیں ہے نسوانی صفحہ پر بھی تصاویر کی اہمیت ہوتی ہے رنگین تصاویر سے بھی

مواد مزین ہو تو پسندیدگی بڑھے گی نسوانی ملبوسات، زیورات، اور دیگر نسوانی امور پر تبصرہ نگاروں کی تعداد میں برابر اضافہ ہوتا جا رہا ہے اردو اخبارات میں نسوانی کالم میں اخلاقی اور مذہبی معلومات بھی شامل کی جا سکتی ہیں اگر قارئین کی تعداد میں ہندو بہنوں کی بھی اچھی خاصی تعداد ہو تو رنگولی کے نمونے بھی دیے ج اسکتے ہیں تفریح کے لیے کارٹون بھی درج ہو سکتے ہیں۔

شعر و ادب

شعر کا راست مقصد انبساط ہے شعر صداقت اور حسن اور قدرت کے ساتھ عشق کا اظہار ہے اس کے ادراک کی توضیح تخیل اور تصور کے ذریعہ کی جاتی ہے مصور رنگ کی مدد سے جو کام کرتا ہے اس کو الفاظ کے ذریعہ سر انجام دینے کی صنف کا نام شاعری ہے شیلے نامی مشہور انگریزی شاعر نے شعر کو ''تخیل کی زبان'' کہا ہے ورڈز ورتھ کے خیال میں ''شعر انسان اور فطرت کا عکس اور شدید جذبات کا از خود چھلکنا ہے'' شاعری تنقید حیات کہی جاتی ہے شعر ایک مترنم خیال ہے شعر ایسی متوازن اور تخیلی زبان ہے جو مذاق، اختراع، خیالات، جذبات اور بطون انسانی کو ظاہر کرتی ہے۔

شاعری ادب ہے جو عام طور سے انسان سے گہرا اور اثر انگیز تعلق رکھتا ہے انسانی دلچسپی کے جز کے علاوہ اس میں جمالیاتی دلچسپی بھی بدرجہ اتم موجود رہتی ہے ابن سینا کے خیال کے مطابق ''شعر منطق کی وہ قسم ہے جس میں تصدیق کا قائم مقام

تخیل ہوتا ہے اور یہ نفس انسانی پر انبساط یا انقباض کا اثر ڈالتا ہے قاضی عبدالعزیز جرجانی لکھتے ہیں "شعر ایسا فن ہے جس میں جذبات، روایت اور ذکاوت کو دخل ہوتا ہے۔ شاعری ایسی صنعت ہے جس کی بدولت موہومات کی ترتیب سے چھوٹی بڑی اور بڑی چیز چھوٹی کر کے دکھائی جاتی ہے اور اچھی چیز کو بدنما اور بری چیز کو خوش نما ثابت کیا جاتا ہے تا کہ اس سے انسان کے جذبات مشتعل ہوں اور طبیعت پر انبساط یا انقباض کی کیفیت طاری ہو اور یہ دنیا میں مہتم بالشان کارناموں کا سبب بنے"

علامہ شبلی کہتے ہیں جو جذبات الفاظ کے ذریعہ ادا ہوں وہ شعر ہیں۔"

شعر کی تعریف کی ضرورت اس وجہ سے لاحق ہوتی ہے کہ جب تک شعر کے عام اور بنیادی عناصر پر ہم اتفاق نہ کرلیں شعر کی خوبی کا معیار مقرر کرنے میں کوئی اصول ہماری رہبری کے لیے موجود نہیں رہتا ممکن ہے کہ شاعر کے لیے یہ ضابطے اور قوانین کچھ زیادہ مفید نہ ہوں لیکن نقاد کے لیے یہ تعریفیں رہنما اصولوں کا کام دیتی ہیں اخبارات و رسائل میں شاعری اور شاعری کا پایہ معین کرنے میں ان کے بغیر کام ہی نہیں چل سکتا ان کی عدم موجودگی میں شعر کی تنقید بعض صورتوں میں ممکن ہے کہ نہایت افراط و تفریط اور ابتری اور انتشار کی حد تک پہنچ جائے۔ شعر چوں کہ آرٹ ہے اس لیے اس میں زبان اور اسلوب کی نزاکت اور خوبی کا موجود ہونا ضروری ہے دوسرے شاعری کے بغیر تخیل کے پیدا ہی نہیں ہوسکتی تیسری چیز موزونی ہے جس سے جذبات خاص طور پر متاثر ہوتے ہیں۔

انسانی ذہن ایک حیرت انگیز اور دلچسپ تخلیق ہے۔ اس میں سارا خیر و شر اور

جلال و جمال سمٹ کر آ گیا ہے ادب کی تخلیق بھی اس ذہن کا ایک کرشمہ ہے مصوری، بت تراشی تعمیر، موسیقی اور دیگر فنون لطیفہ بھی انسانی ذہن کے خیر اور جمال کا پرتو ہیں لیکن شعر و ادب کو ان تمام فنون پر اس لیے فوقیت حاصل رہی ہے کہ اس میں زندگی کا احاطہ کرنے کی سکت نسبتاً زیادہ ہے دیگر فنون جمالیاتی انبساط کی حدود میں رہ جاتے ہیں جبکہ ادب سب سے زیادہ ہماری تہذیبی زندگی کو متاثر کرتا ہے ادب کی وسعت اور نیرنگی مسلمہ ہے ادب کو صرف مسرت اور انبساط کا وسیلہ سمجھ لینا بھی غلط ہے۔ ہر مطبوعہ چیز کو ادب کہنے کا نظریہ بھی درست نہیں ادب تہذیب کی تاریخ میں بندھا ہوتا ہے ادب کی تہذیبی اور تاریخی پس منظر سے جدا کر کے نہیں دیکھا جا سکتا۔ ادب دراصل زندگی اور تہذیب کا عکاس ہوتا ہے وہ خارجی حقائق کو داخلی آئینے میں پیش کرتا ہے ادب انسانی زندگی کی ایک ایسی تصویر ہے جس میں انسانی جذبات و احساسات کے علاوہ مشاہدات، تجربات اور خیالات کی جھلکیاں نظر آتی ہیں اس میں تاریخی حقیقت، زندگی کا سچا تصور اور فن کے احساس کا ہونا ضروری ہے بعض اصحاب ادب کو ''ذہنی تعیش'' کہتے ہیں لیکن یہ خیال زندگی کے ٹھوس حقائق سے بعید ہے۔

آدمی کی زندگی جذبات و احساسات، ذکر و فکر، ہوش و خبر، نیت و اعمال سے مرکب ہے۔ لیکن ادب کا بنیادی تعلق محض جذبات اور احساسات سے ہے۔ جذبات اور احساسات سے متاثر ہونے یا ان کو متاثر کرنے ہی کا نام ''ادب'' ہے ادب وہ سخن ہائے گفتنی یا شنیدنی ہیں جو اپنے موضوع کی جدت اور حسن کی چمک کے

باعث لائق کشش ہوتے ہیں ادب نام ہے کسی حقیقت کے حسین ترین اظہار کا ادب ایک سورج ہے جس میں حرارت اور چمک دونوں موجود ہیں بعض اوقات لوگ محض چمک ہی سے مسحور ہو جاتے ہیں لیکن سچا اور پائدار ادب وہی ہے جس میں حرارت بھی ہو۔ ورنہ خالی چمک دمک چاند کی روشنی کی طرح محض خالی اور شرارہ کی چمک کی طرح وقتی ہوتی ہے حرارت کا تعلق ادیب کے دل و دماغ سے ہوتا ہے چمک یا حسن کا تعلق اس کے فن سے ہوتا ہے۔

ادیب کے دل و دماغ کا غیر معمولی حالت میں ہونا ادب کی تخلیق کے لیے پہلی شرط ہے کیونکہ جذبات اور احساسات میں ہیجان یا غیر معمولی سکون اسی وقت پیدا ہو گا جب انسان کی ذہنی کیفیت غیر معمولی ہو اور اس کے نطق سے جو فشار ہو گا وہی ’’ادب‘‘ کہلائے گا ہم شاعری یا ادب میں زندگی سے دور نہیں جا سکتے۔ ادب تفسیر زندگی بھی ہے اور تصویر زندگی بھی زندگی میں ہمارے لیے اژ رنگ چین کی بھی حاجت ہے اور صحافت آسانی کی بھی۔ ایک ہماری تفریح طبع کے لیے ہے اور دوسری ہماری تہذیب طبع کے لیے۔

اردو اخبارات میں حمد، نعت، نظم، غزل اور قصیدوں کی مقبولیت میں کمی نہیں آئی ہے غزل اردو شاعری کی آبرو ہے ہماری تہذیب غزل میں اور غزل ہماری تہذیب میں ڈھلی ہے دونوں کی سمت درفتار، رنگ و آہنگ، وزن اور وقار ایک دوسرے سے ملا ہے۔ غزل فن ہی نہیں فسوں بھی ہے غزل کی اہمیت کا انحصار اب اس پر نہیں کہ کبھی اس میں عشق و شباب کی باتیں کی جاتی تھیں یا اس کے وسیلے سے عورتوں سے گفتگو کی

گئی یا کی جاتی ہے۔غزل کا احترام اس لیے بھی ضروری ہے کہ اس سے گفتگو کرنی آ جاتی ہے اردو شاعری میں اثر اور قبول عام کا سحر غزل ہی کے آداب و آہنگ سے جگایا گیا ہے۔غزل ایک صنف شاعری کے علاوہ ایک نقطہ نظر، ایک انداز فکر، ایک اصول تلخیص اور ایک سلیقہ اظہار بھی ہے طنز وظرافت بھی شعر و ادب کا بڑا اہم، صحت مند اور ترقی پسند رجحان ہے حالات حاضرہ پر تبصرہ کرنے والی مزاحیہ نظمیں بھی قارین میں مقبول رہتی ہیں اکثر اردو اخبارات ہفتہ میں ایک دن اپنے اخبار کا ایک اچھا حصہ ادبی مواد کے لیے وقف کرتے ہیں جس میں افسانے، غزلیں، ادبی مضامین، ادبی لطیفوں اور نئی کتابوں پر تبصروں کو فوقیت دی جاتی ہے جہاں تک ہو سکے روزانہ اخبارات کے ادبی ایڈیشن میں خالص تحقیقی مضامین کو جگہ نہ دی جائے کیونکہ ایسے خشک اور سنجیدہ تحقیقی مقالے عام قاری کی دلچسپی کا باعث نہیں ہوتے۔

تبصرے

تنقید و تبصرہ ایک دوسرے سے ملتی جلتی چیزیں ہیں کسی تصنیف، کلام یا واقعہ کے متعلق سرسری طور پر بحث و مباحثہ کے لیے جب رائے کا اظہار کیا جاتا ہے تو وہ تبصرہ کہا جاتا ہے لیکن جب فنی طور پر ان کے عیب و ہنر کو پرکھا جائے اور اصول تنقید کے مطابق محاسن اور نقائص پر بحث کی جائے تو اس کو تنقید کا نام دیا جاتا ہے۔

کسی بھی ادبی تخلیق پر تنقید کرتے وقت نقاد کو چاہیے کہ جس تصنیف یا تالیف یا کلام یا واقعہ پر وہ اظہار رائے کرنا چاہتا ہے اس کی تفصیلات اور فنی خوبیوں اور

خرابیوں سے واقف ہو اس کے بیان میں خلوص ہو اور زبان شیریں ہو۔ لب و لہجہ ہمدردانہ ہو۔ تنقید میں تعمیر کا پہلو نکلتا ہو۔ غلطیوں اور خصوصیات کے اظہار میں مبالغہ سے کام نہ لیا جائے۔ ایسی بات ہرگز نہ ہو کہ نجی رفاقت یا رقابت کی بنا پر جو جی میں آیا تحریر کر ڈالا۔ واقعہ کے ماحول اور تخلیق کے زمانہ اور وقت کو بھی زیر نظر رکھنا لازمی ہے ورنہ تنقید صحیح اور قابل قبول نہ ہوگی۔

ہندوستان کے نامی گرامی اردو ادبی نقادوں نے مغربی فن تنقید سے بہت کچھ لے کر رفتہ رفتہ اس فن کو ترقی دی ہے کسی بھی نوعیت کی نکتہ چینی میں تعمیری عنصر کا ہونا لازمی ہے تبصروں کی تحریر میں توازن بے حد ضروری ہے۔ انداز بیان ایسا دلکش ہو کہ وہ نکتہ چینی کی تلخی کو دور کر دے تنقید میں کڑوی سے کڑوی بات بھی شیریں الفاظ میں ادا کی جائے۔ کسی بھی تبصرہ نگار کے لیے ضروری ہے کہ وہ وسیع معلومات کا مالک ہو تبصرہ میں بھی صحافتی ذمہ داری کی طرح خلوص اور ایمان داری بے حد ضروری ہے۔

اخبارات میں تبصرے کتابوں، رقص و موسیقی کے پروگراموں، تصویروں، نمائشوں، مجسموں وغیرہ پر شائع ہوتے ہیں۔ فلموں، ڈراموں، تفریحی ہمہ رنگی پروگراموں، گراموفون ریکارڈوں کیسٹوں پر تبصرے عام ہیں آج کل نئے ویڈیو کیسٹوں اور ٹی وی پروگراموں پر بھی تبصرے مقبول ہو رہے ہیں ایک اوسط قاری عموماً یہ سمجھتا ہے کہ بعض معاملات میں اس کی معلومات نہ ہونے کے برابر ہیں اور وہ ماہر تبصرہ نگار کی بات ہی ٹھیک سمجھتا ہے اس کا مطلب یہ نہیں کہ مبصر اپنی ہی رائے کو دنیا کی بہترین رائے سمجھے کبھی کبھی ایسا ہوتا ہے کہ کسی غیر ذمہ دار تبصرہ یا تنقید پر بھی

تنقیدات کی بھر مار ہو جاتی ہے۔ تبصرہ تحریر کرنا بھی ایک طرح کی خصوصی نامہ نگاری ہے تبصرہ خواہ وہ کسی فلم کا ہو، کتاب کا ہو، ڈرامہ کا یا موسیقی کی محفل کا، بے حد ضروری ہے کہ صرف حقائق درج ہوں اور افترا پردازی سے مکمل پرہیز کیا جائے۔ تبصرہ معلوماتی ہو اور اس انداز سے لکھا جائے کہ پڑھنے والے کا اشتیاق بڑھے کوئی بھی مبصر یا نقاد اپنی آزادی کا ناجائز استعمال نہ کرے کسی بھی تبصرہ کا عین مقصد رہبری ہے۔ کسی بھی فنکار کی تضحیک کرنا یا اس پر کیچڑ اچھالنا کسی بھی مبصر یا نقاد کو زیب نہیں دیتا بلکہ تبصرہ نگاروں کا فرض ہے کہ وہ نئے لکھنے والوں کی یا نئے فنکاروں کی حوصلہ افزائی کریں۔ اپنے چبھتے ہوئے جملوں سے نئے تخلیق کاروں کی دھجیاں اڑا کر انہیں میدان سے ہمیشہ کے لیے بھگا دینے کی کوشش نہ کریں تنقید کے ساتھ ہی بہتری لانے کی مخلصانہ صلاح بھی دی جاسکتی ہے اور عملی مشورے بھی دیے جاسکتے ہیں کسی بھی مبصر یا تنقید نگار کا متعلقہ فن کی تاریخ، قوانین وضوابط اور جدید ارتقاء سے واقف ہونا ضروری ہے۔ تنقید ایک میلان ہے اور ہر نقاد میں اس کا ہونا لازمی ہے۔

کسی بھی موسیقی کے پروگرام پر تنقید کرنے کے لیے یہ ضروری ہے کہ نقاد راگ راگنیوں سے بخوبی واقف ہو اور وہ فنکار کی کسی غلطی کی بالکل ٹھیک نشان دہی کرسکتا ہو صرف یہ لکھ دینے سے کام نہیں چلے گا کہ موسیقار نے دھن غلط بجائی یا راگ غلط سنایا۔ یہاں یہ یاد رکھنا ضروری ہے کہ تبصرہ یا تنقید صرف اوسط قارئین ہی نہیں پڑھتے بلکہ ایسے قارئین بھی پڑھتے ہیں جن کی فنی معلومات گہری ہوتی ہیں سرسری اور بے بنیاد تبصرہ یا تنقید تحریر ہو تو ایسے ماہرین نام نہاد مبصر کو آڑے ہاتھوں لیں گے کسی بھی

کتاب پر تبصرہ لکھنے سے پہلے اس کتاب کو بار بار پڑھنا اور سمجھنا ضروری ہوتا ہے۔ کتاب کو ایک عام قاری کے بجائے ایک تحقیقی طالب العلم یا سخت ممتحن کی حیثیت سے پڑھنا ہوتا ہے۔

یہ ایک روایت ہے کہ تبصرہ کے لیے اخبار کے دفتر کے نام کسی بھی کتاب کی دو جلدیں روانہ کی جاتی ہیں ایک جلد تبصرہ نگار کو دی جاتی ہے جو عموماً اسی کے پاس رہ جاتی ہے دوسری جلد اخبار کے کتب خانے میں محفوظ کر لی جاتی ہے نئی کتابوں کے تبصرہ نگار کو یاد رکھنا چاہئے کہ کسی بھی نئی کتاب کی اشاعت ایک ''خبر'' ہوتی ہے کتب خانے، کتب فروش، ادب نواز وغیرہ نئی کتاب کے بارے میں زیادہ سے زیادہ معلومات حاصل کرنے کے آرزومند رہتے ہیں بعض تجربہ کار ناشر اپنی کتابوں کے رسمی اجراء سے پہلے ہی کتابوں کی پیشگی جلدیں اخبارات کے نام یا جانے پہچانے تبصرہ نگاروں کے نام بھیج دیتے ہیں تاکہ انہیں مطالعہ اور تبصرہ نویسی کے لیے معقول وقت مل جائے بہر حال تبصرے غیر جانب دار، بے لوث، نیک نیت، واجبی، منصفانہ اور مجموعی طور پر شائستہ اور کھرے ہوں۔

ریل، بس اور ہوائی جہاز کے اوقات

محکمہ ریلوے کی جانب سے سال میں دو بار سرکاری طور پر ''ریلوے ٹائم ٹیبل'' شائع ہوتے ہیں جس میں تمام اہم ریل گاڑیوں کی آمد و رفت کے اوقات درج ہوتے ہیں ہر بڑے ریلوے اسٹیشن پر بھی تازہ ترین تختہ اوقات نمایاں رہتا ہے اس

کی مدد سے شہر میں آنیوالی اور جانیوالی تمام ریل گاڑیوں کے صحیح اوقات کی فہرست آسانی سے تیار ہوسکتی ہے۔ محکمہ ریلوے کے مقامی افسران یا اسٹیشن ماسٹر کے دفتر سے بھی تفصیلات ملتی ہیں۔ ''انڈیشن براڈ شا'' نامی ایک ماہانہ رسالہ شائع ہوتا ہے جو ریلورے اوقات کے لیے مخصوص ہے اس سے بھی استفادہ حاصل کیا جاسکتا ہے۔

ریاستی روڈ ٹرانسپورٹ کارپوریشن کی جانب سے بھی بسوں کے اوقات کی تفصیلات کی فراہمی کا اہتمام رہتا ہے ریلوے کی طرح ہر ریاستی ٹرانسپورٹ کارپوریشن کے بھی شعبہ رابطہ عامہ قائم ہیں جو اخبارات کو ضروری اطلاعات اور آمد و رفت کے اوقات میں تبدیلیوں کی معلومات وقتاً فوقتاً دیتے رہتے ہیں۔

بڑے شہروں میں طیران گاہوں سے انڈین ائیر لائنز یا وایودوت کے اندرون ملک فضائی پروازوں کے اوقات بڑی سہولت سے مل جاتے ہیں روزانہ اخبارات میں ہفتہ میں کم از کم ایک بار ریل، بس اور ہوئی جہاز کے اوقات شائع کیے جائیں مگر منتخب دن مستقل ہو۔ عموماً دوشنبہ کی اشاعت میں ایسے اوقات شائع کیے جاتے ہیں کیونکہ اتوار کو عملہ ادارت کے کم لوگ کام کرتے ہیں اور دوسرے دنوں کے مقابلہ میں اتوار کے دن خبریں کم جمع ہوتی ہیں اوقات کی اشاعت کا سو فی صد درست ہونا بہت اہم ہے۔

تفریحی مواد

کارٹون، معمے، کامک اسٹرپ Comic Strip، باکس کامک Box Comic درمیانہ مضمون، Middle لطیفے وغیرہ ہر روز اخبار میں شائع ہوتے ہیں۔ ٹارزن، جیمس بانڈ، سوپر مین، اسپائڈر مین، مکی ماوز، اسپائی اسماشر جیسی کامک پٹیاں (Strips) ارزاں قیمتوں پر مل جاتی ہیں بعض اردو اخبارات کامک پٹیاں جس صورت میں امریکی سینڈیکیٹ کی ہندوستانی شاخوں سے موصول ہوتی ہیں جوں کاتوں شائع کر دیتے ہیں جن میں مکالمے انگریزی زبان میں ہوتے ہیں کچھ اخبارات انگریزی مواد کاٹ کر اس کا ترجمہ اردو زبان میں چسپاں کر دیتے ہیں اور کچھ اخبارات انگریزی زبان کے مواد میں کوئی ترمیم یا تنسیخ نہیں کرتے بلکہ کامک پٹی کے نیچے توضیحی نوٹ اردو زبان میں شائع کر کے کامک کے مواد کو سمجھانے میں کامیاب رہتے ہیں موخر الذکر طریقہ افضل ہے کیونکہ انگریزی داں قارئین اصل متن سے لطف اندوز ہوں گے اور جو صرف اردو زبان جانتے ہیں انہیں بھی محفوظ ہونے کا بہتر موقعہ نصیب رہے گا۔

دیگر مستقل عنوانات

اردو اخبارات میں ''کلام الٰہی'' کے عنوان سے قرآن کریم کی آیات اور ان کے تراجم دیے جاتے ہیں ''ارشاد نبوی ؐ'' کے عنوان سے حدیث شریف کا انتخاب دیا جاتا ہے کچھ اخبارات ''فکر امروز'' کے عنوان سے کسی دانا کا قول شائع کرتے ہیں

بعض روزناموں میں علامہ اقبال کا کوئی منتخب شعر دیا جاتا ہے۔ کچھ اخبارات ایک نہ ایک عمدہ شعر یا مزاحیہ شعر درج کرتے ہیں کچھ کا معمول روزانہ ایک قہقہہ شائع کرنا ہے ''مراسلات و اعلانات'' کے تحت مختلف انجمنوں سے آئے ہوئے خطوط کو جگہ دی جاتی ہے بعض اخبارات میں ''انتخابیہ'' یا ''ہمعصر اخبارات کے نظریات'' کے عنوان سے دیگر اخبارات کے اداریوں کے خلاصے یا اداریوں کے ترجمے دیے جاتے ہیں تقریباً ہر اخبار کے مستقبل عنوانات ہوا کرتے ہیں جو مقامی حالات کے تحت طے کیے جاتے ہیں اکثر و بیشتر اخبارات میں شہر میں دکھائی جانے والے فلموں اور مارننگ شو کے پروگراموں کی تفصیل درج ہوتی ہے ماہ رمضان المبارک میں اوقات افطار و سحری کی اشاعت ضروری سمجھی جاتی ہے۔

☆☆☆☆☆☆

حصہ چہارم

اخباری ملاقات

باب 14

اخباری انٹرویو

اخباری ملاقات جسے عرف عام میں انٹرویو کہا جاتا ہے خبریں حاصل کرنے کا ایک بہترین وسیلہ ہے۔ انٹرویو کا لفظی مطلب ہی ایک دوسرے کے خیالات کا تبادلہ ہے انٹرویو ایک آئینہ ہے جس میں ہم کسی اہم شخصیت کی جھلک دیکھتے ہیں کسی بھی شخصیت کے ذہن کو پڑھنے کے لیے اخباری انٹرویو ایک عمدہ ذریعہ ہے ہم سوال و جواب کے مطالعہ سے انٹرویو دینے والے فرد کی روحانی، اخلاقی اور منطقی حالت کا صحیح جائزہ لے سکتے ہیں کسی بھی مشہور مدبر، سپہ سالار، خطیب، شاعر، ناول نویس، افسانہ نگار، ڈرامہ نویس، فنکار، محقق فلسفی، مبصر، معالج، جراح، صنعت کار، تاجر، صحافی یا اداکار کے حالات اور خیالات سے متعارف ہونے کے لیے انٹرویو ایک آزمودہ طریقہ ہے مقامی عہدہ داروں یا شہر میں آئے ہوئے اکابرین کا انٹرویو لے کر مقامی اخبار اپنے قارئین کی معلومات میں اضافہ کرسکتا ہے انٹرویو کی وساطت سے ایسی کارآمد اور دلچسپ باتیں دریافت کی جاسکتی ہیں جو عمومی طور پر دیگر طریقوں سے حاصل نہیں ہوتیں۔ انٹرویو دینے والے کو بھی ایک اچھا موقعہ ملتا ہے، جس کا فائدہ اٹھا کر وہ اپنے امور کی تشہیر کرسکتا ہے۔ ضروری نہیں کہ انٹرویو کے لیے کسی بڑے سرمایہ دار، مذہبی پیشوا، میر بلدہ، ماہر ڈاکٹر، عدالت عالیہ کے جج، نوبل انعام

یافتہ ہستی ہی کا انتخاب کیا جائے انٹرویو کے لیے کسی کسان، مزدور، نرس، ٹیکسی ڈرائیور، بیمہ ایجنٹ، پولیس سپاہی، فٹ پاتھ تاجر یا ہوٹل کے بیرے کا بھی انتخاب کیا جاسکتا ہے۔

یہ سچ ہے کہ صحافی کی کئی بڑی ہستیوں سے وقتاً فوقتاً ملاقات ہوتی رہتی ہے مگر ایسی ملاقاتوں میں علیک سلیک تو ہو جاتی ہے مگر متعلقہ ہستی کی "شخصیت" اچھی طرح نہیں ابھرتی۔ رسمی اخباری ملاقات یعنی انٹرویو میں منتخب سوالات کے جوابات حاصل ہونے کے بعد ہی کسی شخصیت کے خیالات کی صحیح تصویر پیش کی جاسکتی ہے۔ چبھتے ہوئے سوالات کے فوری جوابات کی وساطت سے متعلقہ شخصیت کے سوچنے کا ڈھنگ کا جائزہ لیا جاسکتا ہے۔ نامہ نگاروں کو اس بات کا علم ہے کہ ایک ہی واقعہ کو دو نامہ نگار یکساں طریقہ پر پیش نہیں کرتے، بالکل اسی طرح انٹرویو میں بھی ہر صحافی کا طریقہ کار جدا اور مخصوص ہوتا ہے۔

غور سے دیکھا جائے تو اخباری ملاقاتوں کے بغیر کسی بھی اخبار یا خبر رساں ادارہ کو مناسب خبریں نہیں مل سکتیں۔ کسی بھی خبر کو پیش کرنے سے پہلے ایک صحافی کا کم از کم ایک اور آدمی سے ملاقات کرنا ضروری ہوتا ہے۔ اگر کسی صحافی نے کوئی حادثہ خود اپنی آنکھوں سے دیکھا ہے، تو بھی وہ تبادلہ خیال کے لیے قریب کھڑے ہوئے کسی اور فرد یا صحافی سے کسی نہ کسی بات کی تصدیق کے لیے گفتگو کرتا ہے۔

نامہ نگاری کی بنیاد ہی سوالات پر ہے۔ جب تک نامہ نگار کا منہ نہیں کھلے گا اور سوال نہیں پوچھا جائے گا خبر نہیں ابھرے گی۔ مگر فالتو سوال پوچھنے سے فائدہ نہ ہوگا

صحیح وقت پر صحیح سوال پوچھنا چاہئے۔صحافت میں ''انٹرویو'' کے معنی ہیں کسی منتخب شخص سے رسمی طور پر سوالات پوچھ کر جوابات حاصل کرنا۔ایک دوسرے سے بات چیت تو ہمیشہ ہوتی رہتی ہے مگر پہلے سے طے شدہ وقت پر، طے شدہ مقام پر، مل بیٹھ کر رو بہ رو سوال و جواب کا سلسلہ جاری رکھ کر معلومات حاصل کرنے کا عمل صحافتی اصطلاح میں ''ملاقات''یا''انٹرویو''یا''بھینٹ'' کہلاتا ہے۔

کسی سے سوال کرکے جواب حاصل کر لینا بھی بچوں کا کھیل نہیں ہے۔کچھ لوگ بار بار سوال کرنے پر بھی اپنا منہ بند رکھتے ہیں بعض لوگ بولنے پہ آتے ہیں تو بولتے ہی چلے جاتے ہیں کسی خاموشی پسند یا اپنے لب بالکل بند رکھنے والے افسروں سے کوئی نہ کوئی نئی بات اگلوالینا صحافی کے لیے ایک مستحسن اقدام ہے کچھ لوگ تشہیر پسند ہوتے ہیں تو کچھ تشہیر کے دیوانے اور کچھ تشہیر سے ہمیشہ دور بھاگنے کی کوشش کرتے ہیں انٹرویو لینے والوں کو تینوں طرح کی ہستیوں سے واسطہ پڑتا ہے یہ عام قیاس غلط ہے کہ بہت بڑے آدمیوں سے انٹرویو لینا بہت مشکل ہے حالانکہ بہت اہم ہستیوں سے ملاقات ہی مقابلتاً آسان ہوا کرتی ہے۔

انٹرویو لینے کی تکنیک کو ٹینس کے کھیل سے مشابہت دی جاتی ہے جب تک دونوں کھلاڑی یکساں دلچسپی نہیں لیتے کھیل آگے نہیں بڑھتا۔رسمی انٹرویو میں بھی صرف یک طرفہ کارروائی سے نتیجہ برآمد نہیں ہوتا۔دونوں افراد یعنی صحافی اور انٹرویو دینے والی شخصیت کا یکساں بیدار، فعال، متوجہ اور مددگار رہنا اہم ہے۔اچھی تحریر کی لیاقت کے بغیر بھی کوئی نامہ نگار بن سکتا ہے مگر انٹرویو کی تکنیک میں مہارت کے بغیر

نامہ نگار بننا ناممکن ہے۔

اخباری انٹرویو کا طریقہ انیسویں صدی کے درمیانی سالوں میں امریکہ میں رائج ہوا۔ جیمس گورڈون بینٹ James Gordon Bannett نامی مشہور صحافی نے پہلا انٹرویو لیا۔ آج کل دنیا کے ہر ملک میں یہ طریقہ کافی مقبول ہے ماہر صحافیوں کا کہنا ہے کہ معمولی سے معمولی انٹرویو میں بھی بہت ساری نئی باتیں عود کر آتی ہیں کبھی ایسا نہیں ہوا کہ کسی نے کسی اہم فرد کا انٹرویو لیا اور کچھ مواد ہاتھ نہیں آیا۔

انٹرویو کے اقسام

عام طور سے انٹرویو کی تین قسمیں ہیں۔

انٹرویو برائے حقائق

جب صحافی جائے واردات پر موجود نہیں ہوتا تو جیسے ہی وہاں پہنچتا ہے دیگر چشم دید گواہوں سے ناطہ جوڑ لیتا ہے۔ وہ تیز رفتاری سے یہ جاننے کی کوشش کرتا ہے کہ کیا ہوا؟ کیوں ہوا؟ اور کیسے ہوا؟ تصدیق کی نیت سے وہ دو چار مختلف لوگوں سے کم و بیش ایک ہی طرح کے سوالات کرتا ہے ضروری ہے کہ صحافی ان تمام افراد کے ناموں اور پتہ جات سے واقف ہو جن سے وہ معلومات جمع کر رہا ہے وہ ایسے افراد سے ان کے نام شائع کرنے کی رسمی اجازت بھی طلب کر سکتا ہے۔ اگر وہ لوگ اپنی شناخت اخبار میں دینا پسند نہ کریں تو نامہ نگار اشارتاً ”ایک چشم دید گواہ کا کہنا

ہے۔۔۔'' جیسے فقرے لکھ کر کام چلالیتا ہے خصوصاً جرائم کے چشم دید گواہ اپنے نام، پتے وغیرہ دینے سے کتراتے ہیں۔ اتفاقاً اگر ان کے نام اور پتے پولیس والوں نے لکھ لیے ہیں تو متعلقہ افراد اخبار کے نمائندوں کو تفصیل دیتے ہوئے نہیں گھبراتے جہاں کہیں کوئی حادثہ یا سنگین واقعہ ہوتا ہے بھیڑ جمع تو ہوتی ہے مگر جلد بکھر جاتی ہے ایسے حالات میں صحیح قسم کے گواہوں کو ڈھونڈ نکالنا صحافی کے لیے مشکل کام ہے مگر اسے ہمت نہیں ہارنی چاہیے جب کوئی شخص کسی خاص وجہ سے خبروں میں آ جاتا ہے تو بہت ضروری ہوتا ہے کہ متعلقہ معاملہ میں اس کے نکتہ نظر کو پیش کیا جائے۔ سرکاری افسر کارپوریشن کے ذمہ دار عہدہ دار، مزدور لیڈر وغیرہ اخباری نمائندوں کے سوالات کے جوابات دینے کے لیے ہمیشہ رضامند اور تیار رہتے ہیں۔ کسی بھی متنازعہ معاملہ پر مختلف بیانات حاصل کرنے کیلئے فریقین سے ملنا ضروری ہے۔ اگر کوئی اہم شخص کسی دورہ سے واپس آیا ہے تو صحافی فوراً اس سے ملاقات کر کے یہ جاننے کی کوشش کرتے ہیں کہ دورہ کس قدر کامیاب رہا اور کون سی باتیں اخبار میں شائع ہونے کے قابل ہیں۔

انٹرویو برائے رائے

بعض اوقات کسی بات کی اطلاع تو مل جاتی ہے مگر عوام یا متعلقہ افسروں کے رد عمل کا صحیح اندازہ نہیں ہو پاتا۔ کئی معاملات ایسے ہوتے ہیں جن میں صرف اطلاعات سے تشفی نہیں ہوتی، وہاں رائے کا علم ہونا بھی ضروری ہے۔

کسی بھی تغیر یا تبدل پر، یا نئے فیصلوں پر، یا نئی ایجادات پر ماہرین کی رائے زیادہ اہمیت رکھتی ہے۔ اخبار نویس ہر نئی کوشش یا متنازع فیہ بات پر اہم ہستیوں کی رائے جان کر اسے شائع کرنے کے منتظر رہتے ہیں۔ اہم معاملات پر رائے آسانی سے حاصل نہیں ہو جاتی۔ بسا اوقات صبر و تحمل سے کام لے کر متعلقہ فرد کی رائے جاننی پڑتی ہے اگر کوئی ملزم پولیس کی حراست میں لے لیا گیا ہے تو صحافی وک اس وقت تک انتظار کرنا پڑتا ہے جب تک کہ اس سے ملاقات کی باقاعدہ اجازت نہیں مل جاتی۔ اتفاق سے کسی معاملہ پر روشنی ڈالنے سے کوئی افسر گھبرا رہا ہے یا صحافی کو ٹرخا رہا ہے تو پریشان یا پشیمان ہونے کی ضرورت نہیں بعض اوقات اتنی خبر بھی کافی اہم ہو جاتی ہے کہ ''فلاں شخص نے فلاں معاملہ پر کوئی بیان دینے سے انکار کر دیا ہے۔۔۔'' ایسا کرنے سے اخبار اپنے فرض سے سبکدوش ہو جاتا ہے لیکن عوام متعلقہ افسر کی ہٹ دھرمی، غفلت اور اخبارات سے عدم تعاون کے رویہ کے بارے میں اپنی رائے آسانی سے قائم کر لیتے ہیں۔ اگر اخبار نے یہ بات بھی شائع کر دی کہ متعلقہ افسر یا عہدہ دار اخبار نویسوں سے سامنا کرنے سے بچ رہا ہے تو کوئی مضائقہ نہیں مگر ایسی باتیں صداقت پر مبنی ہوں اور کافی محتاط الفاظ میں تحریر کی جائیں۔

اگر کسی مقتدر ہستی نے رسمی انٹرویو پر رضامندی دے دی تھی مگر دوران انٹرویو کسی خاص معاملہ پر مکمل خاموشی اختیار کر لی تو صحافی کو اپنی انٹرویو رپورٹ میں بڑی صفائی سے اس بات کا تذکرہ کرنا چاہئے کہ فلاں سوال کے جواب میں متعلقہ ہستی

نے مکمل خاموشی برتی۔بعض اوقات ایسا انکار اور ایسی خاموشی ہی اخبار کے لیے بہتر مواد ثابت ہوتا ہے۔

جب کوئی شخص کسی تنازعہ میں پھنس جاتا ہے تو ہر ممکنہ کوشش کرتا ہے کہ اخبارات کے صفحات پر اسے گھسیٹا نہ جائے کبھی اسے اخبار نویسوں کے سوالات سے گھبراہٹ ہوتی ہے اور کبھی یہ خوف ستاتا ہے کہ اس کے بیان کو توڑ مروڑ کر پیش کیا جائے گا نامہ نگار ایسے فرد کو یہ اطمینان دلانے کی کوشش کرے کہ کسی غلط بیانی سے کام نہیں لیا جائے گا اور جو بھی رائے ہے وہ بلا کم و کاست پوری دیانت داری کے شائع کی جائے گی۔نامہ نگار کی ایسی یقین دہانی سے ممکن ہے کہ متعلقہ فرد کے رویہ میں خوشگوار تبدیلی آ جائے اور وہ اخبار کے لیے کچھ نہ کچھ بیان دینے پر تیار ہو جائے۔ایسے معاملات میں نامہ نگار کی شخصیت اور فراست زیادہ کام آتی ہے نہایت چالاکی سے مقتدر اصحاب کو رائے زنی پر آمادہ کیا جا سکتا ہے ہلکا اصرار کیا جا سکتا ہے مگر شدید اصرار اور غیر ضروری دباؤ کا استعمال ہو تو متعلقہ فرد کا رویہ بھی سخت اور مخاصمانہ ہو سکتا ہے۔کسی کی سنی سنائی پر اعتماد کر کے کسی اہم شخص سے ملاقات کا ارادہ ترک نہ کیا جائے۔عموماً جو صحاب کسی اہم سیاسی یا سماجی حیثیت کے مالک ہوتے ہیں اتنے سخت گیر نہیں ہوتے اور خصوصاً اخبار نویسوں کیساتھ وہ تمرد سے پیش نہ آئیں گے۔ترغیبی فقروں کا اثر ہو سکتا ہے اور تھوڑی سی پس و پیش کے بعد مقتدر افراد بھی دست تعاون بڑھا دیتے ہیں۔کم گو سرکاری افسروں کو بھی مختصر گفتگو کے ذریعہ اپنا ذہن دینے پر مائل کرنے کی کوشش میں کامیابی ہو سکتی ہے بشرطیکہ نفسیاتی طریقوں سے نامہ نگار

متعلقہ افسر کا اعتماد حاصل کرلے۔

دوران گفتگو انٹرویو دینے والے کو یہ پتہ چل جائے کہ نامہ نگار کی معلومات کافی وسیع ہیں اور کئی ایسی باتیں بھی ہوسکتی ہیں جو نامہ نگار کے علم میں پہلے سے موجود ہیں تو وہ ذرا اور کھل کر باتیں کرے گا، بلکہ ایسے اشارے بھی مل سکتے ہیں جس سے مسئلہ کے نئے پہلو سامنے آجائیں۔

انٹرویو لیتے وقت نامہ نگار یہ بات ذہن نشین کرلے کہ وہ انفرادی طور پر انٹرویو نہیں لے رہا ہے بلکہ اخبار کی جانب سے انٹرویو لیا جارہا ہے نامہ نگار ضرورت سے زیادہ خاکساری بھی نہ دکھائے۔ جو مقتدر ہستیاں عوامی زندگی میں برسوں سے مصروف رہتی ہیں وہ اخبارات کی قوت اور اہمیت سے بخوبی واقف ہوتی ہیں، وہ اخباری نمائندوں کے ساتھ بہتر سلوک روا رکھتی ہیں صحافیوں کا بھی فرض ہے کہ وہ اپنی طاقت کا ناجائز استعمال نہ کریں۔

انٹرویو حالانکہ ایک باضابطہ اور رسمی ملاقات ہے مگر ضروری ہے کہ انٹرویو کے دوران ایک رفیقانہ ماحول بنا رہے گفت وشنید سلاست اور باہمی اعتماد کے ساتھ ہو نامہ نگار اور انٹرویو دینے والا دونوں ایک دوسرے سے بے خوف ہوکر حد درجہ دوستانہ طریقہ پر تبادلہ خیال کریں تو نتائج ضرور خوشگوار ہوں گے۔ انٹرویو میں کسی بھی نوعیت کی بناوٹ نہ ہو نامہ نگار رسمی انٹرویو میں فوراً سوالات کی بوچھاڑ شروع نہ کرے پہلے پہل عام قسم کی بات چیت ہو، دونوں ایک دوسرے سے ذرا کھل جانے کے بعد عین مقصد کے سوالات کا سلسلہ شروع کیا جائے تو بہتر ہے انٹرویو کے

دوران بہت کم باتیں نوٹ بک میں تحریر کی جائیں، اگر نامہ نگار صرف نوٹس لکھنے ہی میں زیادہ مصروف ہو جائے تو بالمشافہ گفتگو میں ایک طرح کی رکاوٹ محسوس ہو گی، اپنا ہر ایک لفظ نوٹ ہوتے دیکھ کر انٹرویو دینے والا بھی ایک حد تک محتاط اور محفوظ ہو جائے گا۔ جو لوگ اکثر و بیشتر انٹرویو دیتے رہتے ہیں وہ زیادہ آسانی اور رغبت سے انٹرویو دیتے ہیں ایسے تجربہ کار افراد خود نامہ نگار سے اصرار کریں گے کہ بعض اہم باتوں کو لفظ بہ لفظ لکھ لیا جائے تاکہ آئندہ کسی غلط فہمی کا خدشہ نہ رہے انٹرویو کے اختتام پر کسی نام یا پتہ یا اعداد و شمار سے متعلق معلومات کی تصدیق کر لینے کی کوئی ممانعت نہیں ہے بلکہ یہ ایک بہتر طریقہ ہوگا اگر کوئی بیان یا فقرہ بہت ہی اہم ہے تو نامہ نگار پڑھ کر سنائے اور منظوری طلب کر لے تو زیادہ بہتر ہے ماہر صحافیوں کی صلاح ہے کہ انٹرویو ختم ہونے کے ایک گھنٹہ کے اندر اندر انٹرویو کا کم از کم پہلا مسودہ تیار کر لیا جائے تو بہتر ہے کیونکہ یادداشت تازہ رہتی ہے اور صحافی بہت آسانی سے بیانات اور فقرے درستگی کے ساتھ استعمال کر سکتا ہے۔

انٹرویو لینے سے پہلے یا لیتے وقت یا لینے کے بعد کسی بھی قسم کی جعل سازی سے کام نہ لیا جائے اپنے آپ کو خفیہ پولیس کا افسر، انکم ٹیکس سے متعلق کارندہ یا کسی غیر ملکی ادارہ کا نمائندہ بتا کر انٹرویو کے ذریعہ خبریں جمع کرنے کی کوشش اخلاقی اعتبار سے غلط اور قانونی لحاظ سے ایک جرم ہے، جس کے لیے کڑی سزا بھی ہو سکتی ہے۔

اخبار کے لیے انٹرویو لیتے وقت نامہ نگار یہ اچھی طرح واضح کرے کہ وہ کون ہے اور کس اخبار کی نمائندگی کر رہا ہے اور کس اخبار میں انٹرویو شائع ہو گا۔ ایسی

شناخت میں کسی بھی طرح کی دروغ گوئی اور مبالغہ آمیزی سے پرہیز ضروری ہے۔ کسی بھی قسم کی دھوکہ دہی سے بچا جائے۔

کوئی بھی اہم بیان شائع کرتے وقت اس بات کی تحریری وضاحت ضروری ہے کہ مذکورہ بیان ایک انٹرویو کے دوران دیا گیا ہے اگر انٹرویو ''خصوصی'' ہو تو اس کی وضاحت کر دی جائے کئی نامہ نگاروں کو بہ یک وقت دیے گئے انٹرویو کو ''خصوصی انٹرویو'' بتانا اخلاقی کمزوری ہے ایسی غیر اصولی حرکتوں پر مذمت کا سامنا کرنا پڑتا ہے۔

جب کوئی نیا وزیر، سفیر، کلکٹر، وائس چانسلر، کمشنر یا ایسے ہی اہم مرتبہ کا افسر اپنا عہدہ سنبھالتا ہے تو اپنی پالیسی کے بارے میں بالعموم وضاحت کرتا ہے ایسے موقعوں پر یہ ظاہر کرنا ضروری ہے کہ نئے عہدہ دار کی پالیسی پچھلے عہدہ دار کی پالیسی سے کس حد تک مشترک یا مختلف ہے اگر نئے افسروں کے تقرر کے فوراً بعد ان کے تفصیلی انٹرویو شائع ہوں تو زیادہ دلچسپی کے ساتھ پڑھے جاتے ہیں صرف سرکاری محکموں ہی کو نہیں بلکہ بڑے کارخانوں، بڑے بینکوں یا ایسے ہی غیر سرکاری یا نیم سرکاری اداروں کے عہدہ داروں کو بھی ترجیح دی جاسکتی ہے۔

سیاسی میدان عمل میں، اقتصادی معاملات میں، عصری سماج میں یا کسی ادارہ میں کوئی تنازعہ جڑ پکڑ جاتا ہے اور اس کے بارے میں اخبارات میں چرچا بڑھ جاتا ہے تو متعلقہ افسران کے خیالات کی ترجمانی اہمیت اختیار کر جاتی ہے ایسی حالت میں ہر جماعت کے اہم ارکین کے نظریات کو یکساں اہمیت دی جانی ضروری ہوتی ہے۔ بعض اوقات اہم مسائل پر مقتدر اصحاب، اعلا افسران، اہم عہدہ داروں کے

ساتھ ساتھ عام آدمیوں کے انٹرویو بھی لیے جاتے ہیں تاکہ اخبار میں ہر طبقہ کی صحیح نمائندگی ہو جائے۔

شخصی انٹرویو

پہلے پہل صرف روزانہ اخبارات میں اہم شخصیتوں کے انٹرویو شائع کیے جاتے تھے اور کافی پسند کیے جاتے تھے آج کل ہفت روزہ، پندرہ روزہ اور ماہانہ رسائل نے بھی شخصیات کے انٹرویو شائع کرنے شروع کر دیے ہیں۔

اگر کسی شہر میں وزیر اعظم، صدر جمہوریہ، نائب صدر، مرکزی وزیر، وزیر اعلیٰ، گورنر اور دیگر ممالک کے کسی سربراہ کا ورود ہوتا ہے تو اخبارات کو خصوصی انٹرویو حاصل کرنے کی خواہش ہوتی ہے قارئین بھی اپنے مرغوب اخبار میں ایسے انٹرویو کو زیادہ شوق سے پڑھتے ہیں

شخصی انٹرویو میں حقائق بھی ہوتے ہیں اور رائے بھی عموماً ایسے انٹرویو متعلقہ شخصیت کی بہترین اور تازہ ترین تصویر کے ساتھ شائع کیے جاتے ہیں غیر ممالک کے دورہ سے واپس آنے کے بعد اہم وزراء کے انٹرویو لیے جاتے ہیں۔

بعض اوقات ایسے اشخاص یکا یک شہرت حاصل کر لیتے ہیں جن کے بارے میں عوام کو پہلے سے کچھ معلوم نہیں رہتا۔ ایسے خوش نصیب جو اتفاقاً یا اچانک راتوں رات مشہور اور مقبول ہو جاتے ہیں جو اب تک گمنام تھے موقعہ کی مناسبت سے قارئین ان کے بارے میں زیادہ سے زیادہ تفصیلات جاننے کے مشتاق ہو جاتے

ہیں کوئی اہم چوٹی سر کرنے والے مہم باز، کرکٹ کھلاڑی، نوبل انعام یافتہ، فوجی بغاوت کے فوراً بعد برسر اقتدار آنیوالے سربراہ حکومت وغیرہ اچانک عوام کے سامنے آتے ہیں اوران کے بارے میں زیادہ سے زیادہ تفصیل حاصل کرنا صحافی کا فرض ہوجاتا ہے۔

اسی طرح عوام مہم جو، جہاں باز یا رنگین مزاج شخصیات کے بارے میں بھی انٹرویو پڑھنا چاہتے ہیں مثلاً لگاتار 36 گھنٹے ناچنے والی رقاصہ، پیدل ملک بھر کا سفر کرنے والا نوجوان، سائیکل پر دنیا بھر کا چکر لگانے والا طالب علم، سانپوں اور زہریلے بچھوؤں کے پنجرے میں تین دن تین رات مسلسل بند رہنے والا انسان، پانی پر چلنے والا سادھو، 92 سالہ دلہن سے شادی کرنے والا 28 سالہ دولہا وغیرہ ایسے لوگ جو نا قابل یقین حرکات کا مظاہرہ کرتے ہیں عوام کی توجہ جلد مبذول کرلیتے ہیں سرکس کے فنکار، ٹیلی ویژن کے ڈرامہ آرٹسٹ، فلمی ستارے وغیرہ عوام کے محبوب ہوتے ہیں اور ان کے بارے میں ذاتی تفصیلات شخصیاتی انٹرویو کی وساطت سے شائع ہوں تو قارئین پسند کریں گے۔طویل عمر پانے والے مردوں اورعورتوں کے انٹرویو بھی لیے جاسکتے ہیں جس میں طویل زندگی کے راز پر خوب روشنی ڈالی جاسکتی ہے۔

خبروں کے لیے انٹرویو

تازہ ترین خبروں کے لیے اخباری نامہ نگار کسی بھی افسر یا وزیر یا سفیر یا انجمن کے عہدہ دار سے فوری طور پر ملاقات کرتے ہیں ایسی بالمشافہ ملاقاتیں عجلت سے

طے ہوتی ہیں اور قدرے مختصر ہوتی ہیں، ایسی ملاقاتیں سرسری طور پر ریلوے پلیٹ فارم یا بس اسٹیشن یا ہوائی اڈہ کے اہم ہستیوں کے لاؤنج (V.I.P Lounge) میں ہو جاتی ہیں۔ ایسی ملاقاتیں براہ راست بھی ممکن ہو جاتی ہیں یا متعلقہ ادارے یا شعبہ کے تعلقات عامہ کے افسر کی مداخلت اور اجازت کے ساتھ بھی ممکن ہیں۔ مختصر سوالات کے ذریعہ کسی اہم معاملہ پر وضاحت یا رائے طلب کی جاتی ہے۔ ایسی مختصر مگر اہم ملاقاتیں، اہم خبریں حاصل کرنے میں مدد و معاون ہوتی ہیں۔ ایسی غیر رسمی اور یکا یک وقوع پذیر ہونیوالی ملاقاتوں میں اخبار نویس کا ذی فہم، تیز دماغ اور مستعد ہونا لازمی ہے۔

ٹیلی فون انٹرویو

بالمشافہ یعنی آمنے سامنے بیٹھ کر گفتگو ہو تو بات ہی الگ ہوتی ہے مگر جدید زمانہ میں بعض اوقات ضروری گفت وشنید کے لیے ٹیلی فون کا سہارا لیا جاتا ہے۔ سوالات جب ٹیلی فون پر پوچھے جائیں تو مختصر ہوں اور صاف صاف ہوں ٹیلی فون پر گفتگو کرتے وقت اپنی شناخت اچھی طرح کرانی ضروری ہے اور یہ یقین کر لینا بہت ضروری ہے کہ بات چیت مطلوبہ شخص ہی سے ہو رہی ہے۔

پس منظر

نامہ نگاری کی طرح انٹرویو لینا بھی ایک صحافیانہ فن ہے کسی بڑے آدمی کو کسی اہم مسئلہ پر گفتگو کرنے کے لئے آمادہ کرنا ایک مشکل کام ہے بند زبانوں کو کھلوانا یا کم گو انسانوں کو زیادہ سے زیادہ بولنے کی ترغیب دینا ایک ایسی مہم ہے جسے خاطر خواہ فراست اور لیاقت کے بغیر سر نہیں کیا جا سکتا۔

انٹرویو لینے کے طریقے ہر نامہ نگار کے پاس تقریباً جدا جدا ہیں جس شخص کا انٹرویو لیا جا رہا ہے اس کی شخصیت بھی خصوصی اہمیت کی حامل ہوتی ہے ایک مشہور رقاصہ سے انٹرویو لیتے وقت جو رویہ ہوتا ہے وہی ایک صدر مملکت کے ساتھ روا نہیں رہ سکتا۔ مقامی سرکاری افسروں سے بات چیت میں جو لہجہ رہتا ہے وہ یقینی طور پر کسی کابینہ وزیر سے سامنا کرتے وقت بدل سکتا ہے۔

کسی بھی شخص سے رسمی انٹرویو لینے سے پہلے اس کے بارے میں جتنی معلومات مل سکتی ہیں۔ وہ جمع کر لی جائیں اگر شخصیت اہم ہے تو اس کے بارے میں کسی ڈائرکٹری یا ''ہو از ہو'' (Who's Who) میں سوانحی تفصیلات مل جائیں گی۔ ان کے علاوہ اس شخص کے دوستوں، ماتحتوں، رشتہ داروں اور پڑوسیوں سے مل کر زیادہ سے زیادہ معلومات حاصل کی جائیں۔ یہ بھی تصدیق کر لی جائے کہ وہ فرد ملنسار ہے یا نہیں؟ سخت گیر ہے یا نرم مزاج؟ ایسی تفصیلات سے گفتگو کے دوران سہولت رہتی ہے۔

انٹرویو کے لیے جانے سے پہلے ہی تمام سوالات کی ایک فہرست بنا لی جائے

ایسے سوالات نہ پوچھے جائیں جن کے جوابات پہلے ہی سے صحافی کے پاس موجود ہیں ۔صرف اہم ترین جوابات نوٹ بک میں نوٹ ہوں ۔صحافی اگر ایک اسٹینوگرافر کی طرح صرف جوابات ہی کی تحریر میں ڈوب جائے تو آمنے سامنے کی گفتگو کا لطف باقی نہیں رہتا۔انٹرویو میں اس طرح بات چیت کا سلسلہ جاری رہے جیسے دو بے تکلف دوست کسی اہم مسئلہ پر دوستانہ تبادلہ خیال میں مشغول ہے۔صحافی خود باتیں کم کرے اور اپنے مخاطب کو زیادہ سے زیادہ بولنے کا موقعہ فراہم کرے ہمیشہ یہ بات یاد رہے کہ صحافی کا کام انٹرویو'لینا'' ہے انٹرویو'' دینا''نہیں کہیں ایسا نہ ہو کہ صحافی ہی بولتا چلا جائے اور مخاطب کو اپنے خیالات کے اظہار کا بہت کم موقعہ ملے صحافی اپنی زبان سے زیادہ کان سے کام لے۔صبر وتحمل سے،توجہ سے اور خوش خلقی سے انٹرویو لینے میں مصروف رہے۔اگر اتفاق سے انٹرویو حسب توقع نہیں ہو رہا ہے تب بھی اپنی بے چینی یا ناراضگی کا اظہار نہ کرے اگر گفتگو مقصدی موضوع سے ہٹتی جارہی ہے تو وہ اپنی چالاکی سے اپنی ڈگر پر لانے کی کوشش کرے صحافی صرف سننے ہی میں مصروف ہو جائے تو بھی لطف نہیں رہتا۔وہ سوالات اور جوابات کے درمیان میں بھی کچھ نہ کچھ دلچسپ فقرے کہہ کر انٹرویو میں شگفتگی برقرار رکھے۔ سوالات صاف اور مختصر ہوں ایسے سوالات نہ کیے جائیں جن کا جواب صرف''ہاں'' یا''نہیں''میں ملے ہر سوال میں اتنی گہرائی اور پختگی ہو کہ مخاطب اپنا جواب فوری اور ٹھوس طور پر دے۔عام خیال ہے کہ بہت زیادہ باتونی صحافی انٹرویو میں ناکام رہتے ہیں اعتدال پسند صحافی اچھے انٹرویو لیتے ہیں۔

اگر مخاطب سوالات کے جوابات دینے میں کترایا گھبرا رہا ہو تو صحافی کا فرض ہے کہ وہ ماحول کو سودمند بنانے کی کوشش کرے اگر نامہ نگار مہارت سے کام لے تو وہ معمولی سوال کے ذریعہ ہی ایک اہم اور قابل انکشاف جواب حاصل کر سکتا ہے۔

انٹرویو لینے والا صحافی اپنے لباس کے بارے میں محتاط رہے۔اپنا تعارفی کارڈ (Visiting Card) یا شناختی کارڈ (Identification Card) ضرور ساتھ رکھے وقت کی پابندی کے ساتھ طے شدہ مقام پر پہنچے یاد رہے کہ رسمی انٹرویو اکثر و بیشتر ایسی شخصیتوں کے لیے جاتے ہیں جو اہم، اصول پسند اور وقت کی پابند ہوتی ہیں۔

انٹرویو صحافی کے لیے بھی کڑا امتحان ہے جس میں کامیابی کی امید تو ہمیشہ ہوتی ہے مگر ناکامی کا خدشہ بھی ہمیشہ منڈلاتا رہتا ہے جس طرح ایک کامیاب فوٹوگرافر اپنے کیمرے سے ہمیشہ عمدہ ترین تصویر نہیں اتار سکتا بالکل اسی طرح ایک صحافی ہر بار کامیاب انٹرویو نہیں لے سکتا۔کبھی شاندار کامیابی نصیب ہوتی ہے اور کبھی انٹرویو پھسپھسا ثابت ہو جاتا ہے۔

شخصیت سے مرعوب ہو کر اگر صحافی سوالات پوچھتے وقت کانپنے لگے تو انٹرویو ضرور ناکام ہوگا۔ بے خوفی، اعتماد اور لگن سے انٹرویو لیا جائے۔ بیمار یا بیزار یا پست آواز صحافی انٹرویو لینے ہرگز نہ جائے۔مکمل تیاری کے بغیر انٹرویو لینے جانا غلط حرکت ہے۔صحافی کاغذ، قلم اور ٹیپ ریکارڈر اپنے ساتھ لے جائے۔جس موضوع پر زیادہ سوالات پوچھے جائیں اس موضوع پر صحافی زیادہ سے زیادہ معلومات جمع کر کے

جائے تو بہتر ہے تا کہ ضمنی سوالات کی نوبت آئے تو خفت نہ اٹھانی پڑے خالی ذہن نامہ نگار کسی بھی انٹرویو میں ناکام رہ جائے گا۔ ایک محقق کی طرح وہ پوری تیاری کر کے انٹرویو لینے جائے تو مخاطب بھی پوری ذمہ داری اور انہماک سے انٹرویو دینے کی کوشش کرے گا۔

انٹرویو کے اختتام پر صحافی معقول الفاظ میں انٹرویو دینے والے کا شکریہ ادا کرے۔ کچھ اہم شخصیات کا مطالبہ ہوتا ہے کہ اخبار میں اشاعت سے پہلے انٹرویو کا مسودہ انہیں دکھالیا جائے نامہ نگار ایسی درخواست کو مان لے اور اپنا وعدہ ضرور پورا کرے۔

جدید طریقے

آج کل راہ چلتے افراد یا گھریلو عورتوں سے بھی مختصر انٹرویو لینے کی روایت چل پڑی ہے انتخابات کے زمانہ میں ووٹروں کے رجحانات کا جائزہ لینے کے لیے عام آدمیوں سے یہ پوچھ لیا جاتا ہے کہ وہ کس امیدوار کے حق میں ووٹ دینا پسند کریں گے سبزی فروش، بس کنڈکٹر، قلی، کلرک، دکاندار، موٹر مکینک، کسان، مہترانی، مل مالک، چارٹرڈ اکاؤنٹنٹ، ہائی کورٹ ایڈووکیٹ، اخبار فروش جیسے مختلف شعبہ ہائے حیات سے تعلق رکھنے والے افراد سے مختصر سوالات پوچھ کر رائے عامہ کا تجزیہ کیا جاتا ہے اگر کہیں کسی نوجوان لڑکی کی خودکشی کی واردات ہوئی ہے تو پاس پڑوس والوں سے متعلقہ لڑکی کے چال چلن کے بارے میں سوالات پوچھے جاتے ہیں اگر

کسی کا قتل ہو گیا ہے تو مقتول فرد کے بارے میں بھی پڑوسیوں، ہم پیشہ افراد یا واقف کاروں سے سوالات پوچھ کر کچھ نہ کچھ معلومات جمع کی جاتی ہیں ایسی ملاقاتیں فوری اور مقصدی ہوتی ہیں۔ اخبار نویس ایسے افراد سے صحیح معلومات حاصل کر لیتے ہیں جن کی رائے بے لاگ ہوتی ہے۔

بعض موقعوں پر کسی اہم ہستی سے اچانک ملاقات ہو جاتی ہے جہاں کسی بھی موضوع پر سرسری گفتگو ہو جاتی ہے ایسی ملاقاتیں ٹیکسی میں بیٹھی ہوئی اداکارہ سے یا ہوائی جہاز کے لیے منتظر کسی بڑے تاجر یا کسی شاندار پارٹی میں چائے کی چسکی لیتے ہوئے کسی اعلیٰ سرکاری افسر یا وزیر سے ہو جاتی ہیں معمولی بات چیت میں بھی کوئی غیر معمولی اطلاع ہاتھ آ جاتی ہے جس کا صحافی صحیح اور جائز فائدہ اٹھا سکتا ہے۔

بہت ہی مصروف ہستیاں وقت کی کمی کی وجہ سے خصوصی انٹرویو دینے کے بجائے اجتماعی انٹرویو کو ترجیح دیتی ہیں، یعنی دس پندرہ صحافی ایک ساتھ باریابی حاصل کر سکتے ہیں اور مختلف سوالات کے ذریعہ متعلقہ ہستی کے خیالات معلوم کر سکتے ہیں ایسے ''گروپ انٹرویو'' (Group Interview) ہوائی اڈوں یا ریلوے اسٹیشن پر ممکن ہوتے ہیں اس طرح کی ملاقات کو ''سمپوزیم انٹرویو'' (Symposium Interview) کا نام بھی دیا جاتا ہے۔

پیشہ وارانہ انٹرویو بھی آج کل کافی مقبول ہو رہے ہیں جس میں کسی ایک صنعت یا حرفت یا پیشہ سے گہرا تعلق رکھنے والے کسی ماہر سے انٹرویو لے کر معلومات اس انداز سے شائع کی جاتی ہیں کہ متعلقہ مشغلہ کے نئے پہلو اجاگر ہوتے ہیں ایسے

انٹرویو کے لیے کسی بھی معلم، خطیب، مینجر، وکیل، معمار، جراح، دوا ساز، فلم پروڈیوسر، پائلٹ، ہوٹل مالک وغیرہ کا انٹرویو لیا جا سکتا ہے باور کیا جاتا ہے کہ تقریباً ہر انسان کی زندگی میں ایسے دلچسپ حالات اور واقعات ہوتے ہیں کہ بڑی آسانی سے ان کی تفصیلات پر مبنی ایک ضخیم کتاب لکھی جا سکتی ہے۔

انٹرویو لینے کی جگہ کی بھی اپنی خصوصیت ہوتی ہے اگر انٹرویو کے لیے کسی شاندار ہوٹل میں دوپہر یا شام کے کھانے پر انٹرویو طے ہو جائے تو ممکن ہے کہ طرفین صرف کھانے پینے ہی میں زیادہ مصروف ہو جائیں اگر گھر پر انٹرویو ہو تو انٹرویو دینے والے کو تواضع سے پیش آنا پڑتا ہے، اخباری نمائندہ سے اپنے گھر پر خوش خلقی سے پیش آنا بہت ضروری ہو جاتا ہے۔ بعض ماہر صحافی ہوٹل یا گھر کے مقابلہ میں دفتر کو زیادہ ترجیح دیتے ہیں کیونکہ دفتری ماحول میں بہتر اور مفید انٹرویو لیا جا سکتا ہے۔

ماہر اور تجربہ کار سیاست داں، فلمی ستارے اور دیگر اہم شخصیات چونکہ بیسیوں انٹرویو پہلے بھی دے چکے ہوتے ہیں وہ سوال و جواب کے دوران کافی بیدار اور محتاط رہتے ہیں اگر معمر اور تجربہ کار صحافی کا سابقہ ہو تو وہ زیادہ خود اعتمادی کے ساتھ تبادلہ خیال کرتے ہیں، اگر نو آموز، کم عمر اور نا تجربہ کار نامہ نگار ان سے انٹرویو لینے چلیں تو وہ زیادہ سے زیادہ احتیاط سے کام لیتے ہیں تا کہ ان کے خیالات کی غلط ترجمانی نہ ہو جائے۔

☆☆☆☆☆☆☆

باب 15

انٹرویو کی تحریر

انٹرویو لینے کا عین مقصد ہی حقائق اور رائے حاصل کرنا ہے۔ خبری مواد جمع کر لینے کے بعد انٹرویو کی روئداد تحریر کرنا نامہ نگاری کی ذمہ داری ہے۔ ایسا نہیں ہوسکتا کہ انٹرویو ایک صحافی لے اور اس کے دیے ہوئے نوٹس کی مدد سے کوئی دوسرا صحافی انٹرویو رپورٹ تحریر کرے۔ اصول کے تحت وہی صحافی انٹرویو تحریر کرے جس نے انٹرویو لیا تھا۔

ابتدائیہ کی اہمیت

ہر خبر کی طرح انٹرویو رپورٹ میں بھی ''ابتدائیہ'' کی بڑی اہمیت ہے۔ اگر ابتدائی جملے ہی کمزور یا غیر دلچسپ یا مبہم ہوں تو قاری کی دلچسپی برقرار نہ رہے گی ابتدائیہ میں نامہ نگار کی تخلیقی قوتیں بروئے کار رہیں تو بہتر ہے۔ جو بات انٹرویو میں سب سے اہم ہے وہی پہلے پیراگراف میں دی جائے۔ بعض صحافی انٹرویو کی روئداد ''سوال وجواب'' کی صورت میں دیتے ہیں جس سے انٹرویو کا مواد تو تفصیل طور پر کھپ جاتا ہے مگر قاری کی دلچسپی کا تسلسل باقی نہیں رہتا۔ شخصیاتی انٹرویو میں بھی ابتدائیہ کے بل بوتے پر قاری کی توجہ جیتی جاسکتی ہے۔

معلومات اور خبروں کو نکھار کر حقائق کی مدد سے ایک قابل مطالعہ انٹرویو رپورٹ لکھنے میں نامہ نگار کو بہت محنت کرنی پڑتی ہے ضروری نہیں کہ ہر وہ بات انٹرویو میں آ جائے جو انٹرویو کے دوران نوٹ کی گئی ہے انٹرویو کے متن میں بھی فقرے توجہ سے لکھے جائیں۔۔۔۔۔ ''میرے سوال کے جواب میں انہوں نے بتایا۔۔۔۔'' میرے پوچھنے پر انہوں نے اپنا یہ خیال ظاہر کیا۔۔۔۔ جیسے پٹے پٹائے جملوں سے ہر ممکن احتراز کیا جائے کیونکہ انٹرویو پڑھتے وقت قاری بھی یہ یاد رکھتا ہے کہ جو بھی بات کہی گئی ہے وہ کسی سوال کے جواب ہی میں کہی گئی ہے۔

ابتدائیہ خالص صحافتی انداز میں بھی لکھا جا سکتا ہے اور ادبی انداز میں بھی مواد کی مناسبت سے جو ابتدائیہ فقرے معقول و مناسب نظر آئیں ان کا انتخاب کیا جائے۔ ابتدائیہ کی نوعیت کا انحصار بھی اس بات پر ہوتا ہے کہ انٹرویو دینے والی شخصیت کا رتبہ کیا ہے کسی دینی پیشوا کے انٹرویو کے علیحدہ لہجہ کا ابتدائیہ لکھا جائے گا اور کسی مشہور فلمی اداکارہ کے انٹرویو کے لیے علیحدہ طرز کا ابتدائیہ ہوگا۔ جہاں بیان اہم ہو وہاں بیان کو فوقیت دی جائے اور جہاں بیان سے زیادہ شخصیت کا نام زیادہ اہم ہو وہاں شخصیت پر تمام تر توجہ صرف کی جائے۔

ملاقات کی تشریح

انٹرویو میں اس بات کا اشارہ دینا ضروری ہے کہ یہ کہاں اور کب لیا گیا رہائش گاہ یا دفتر کی مختصر شناخت دینا ضروری ہے صبح، شام یا سہ پہر کے بارے میں بھی

اشارہ کر دیا جائے اس بات کا بھی قاری کو اندازہ لگ جانا چاہئے کہ انٹرویو پہلے ہی سے طے شدہ تھا یا اچانک ملاقات کا نتیجہ ہے اگر انٹرویو خصوصی ہو تو اس کا اعلان فخریہ طور پر کیا جا سکتا ہے، اگر عام انٹرویو ہو تو اشارتاً بات کہی جا سکتی ہے کہ ''آج ایک اخباری انٹرویو میں فلاں صاحب نے فلاں بات کہی ۔۔۔۔'' انٹرویو دینے والے کے لباس کے بارے میں بھی دو ایک جملے دلچسپی سے خالی نہ ہوں گے جس کمرہ میں ملاقات ہوئی ہو اس کی کوئی خصوصیت ہو تو مختصراً درج کر دی جائے۔

کون سی بات پورے وثوق کے ساتھ کہی گئی اور کس بات پر سرسری گفتگو ہوئی واضح ہو جائے تو بہتر ہے۔ دوران انٹرویو کسی مقامی پہلو پر تبادلہ خیال ہوا ہو تو اسے پوری اہمیت دی جائے انٹرویو شائع کرنے کے وقت کا تعین بھی احتیاط سے کیا جائے۔ بعض حالات ایسے ہوتے ہیں کہ انٹرویو کا جلد از جلد اشاعت پذیر ہونا خاصی اہمیت رکھتا ہے کچھ شخصی انٹرویو ایسے ہوتے ہیں جنہیں زیادہ دلچسپی کے لیے کسی خاص اور مناسب وقت پر شائع کرنا زیادہ بہتر ہوتا ہے۔ بہر حال اس کا فیصلہ صحافی خود کرے۔

انٹرویو کے دوران متعلقہ فرد کی ذاتی زندگی کے خصوصی پہلو صحافی کے سامنے آئیں تو وہ ہر قابل تذکرہ حرکت یا تکیہ کلام یا رویہ یا رجحان پر توجہ دے۔ انٹرویو میں خصوصاً کسی فرد کی غیر معمولی ادا یا ڈھب کا ذکر زیادہ موزوں رہے گا شخصیت کے جوابات دینے کا لہجہ بہت اہمیت رکھتا ہے رپورٹ اس طرح لکھی جائے کہ پڑھ کر قاری یہ محسوس کرے کہ وہ خود انٹرویو کے وقت کمرے یا دفتر میں موجود تھا۔ ایک

تجربہ کار صحافی کے قلم کی جولانی سے ایسی منظر کشی ممکن ہے۔

یہ بہت ضروری ہے کہ رسمی انٹرویو کے دوران صحافی اور مخاطب کے علاوہ دیگر افراد موجود نہ ہوں، زیادہ سے زیادہ فوٹو گرافر کی موجودگی برداشت کی جاسکتی ہے گفت وشنید کے دوران کسی تیسرے فرد کے موجود رہنے سے دونوں کو الجھن اور پریشانی کا سامنا رہے گا۔ عموماً انٹرویو دینے والے بھی احتیاط برتتے ہیں کہ اخباری انٹرویو کے موقعہ پر کوئی ملاقاتی، ماتحت افسر یا رشتہ دار وہاں موجود نہ ہو۔ اگر اتفاق سے کوئی بھی موجود ہو تو صحافی مناسب الفاظ میں اپنے مخاطب سے یہ درخواست کرے کہ وہ تخلیہ میں انٹرویو جاری رکھنے کا آرزومند ہے دیگر افراد کی موجودگی میں انٹرویو دینے والا بھی زیادہ سہولت اور آرام سے سوالات کے جوابات نہیں دے سکے گا انٹرویو رپورٹ میں اس بات کا ذکر کرنا بھی ضروری ہوتا ہے کہ انٹرویو دینے والا فرد بشاش تھا یا مضطرب، پرگو تھا یا محتاط بہرحال مخاطب کے عمومی موڈ کی تشریح کرنا بہتر ہے۔

خیالات کا اظہار

صحافی کو سماج کے مختلف النوع افراد کے انٹرویو لینے کی حاجت رہتی ہے کبھی ایسے لوگوں سے بھی رجوع کرنا پڑتا ہے جو غیر معمولی مصروفیات میں مشغول رہتے ہیں مثلاً عامل، جادوگر، قوال، رقاص، سازندے، سرکس فنکار، خلائی سائنس دان وغیرہ۔ جہاں سیاست دانوں سے سابقہ پڑتا ہے وہاں تنازعات اور نظریات سے

فرار نا ممکن ہے خواہ سنجیدہ ادیبوں سے انٹرویو لیا جائے یا رنگین مزاج سیاحوں سے، خواہ دانشوروں کا سامنا ہو یا موٹر دوڑ میں حصہ لینے والوں کا، صحافی کے لیے متعدد مسائل پر خیالات کا جائزہ لینا ہی پڑتا ہے بعض لوگ اپنی رائے کا اظہار بڑی خوشی اور آزادی سے کرتے ہیں اور بعض بخالت سے، کچھ محتاط نظر آتے ہیں اور کچھ صحافیوں سے خوف زدہ۔ ان تمام مصائب کے باوجود اخبار نویس کو اپنی کوشش جاری رکھنی ضروری ہوتی ہے۔

بعض صحافی کسی مخصوص ہستی کا انٹرویو لینے کے لیے ہفتوں، مہینوں بلکہ سالوں انتظار کرتے ہیں اور ان کے صبر کا پھل میٹھا ہوتا ہے کئی بار ایسا ہوتا ہے کہ کسی اہم ہستی سے انٹرویو کے لیے اجازت اور وقت لینے کے لیے کسی اور یکساں اہم ہستی کی سفارش لانی پڑتی ہے جن لوگوں کے پاس اہم خیالات ہوتے ہیں وہ عموماً اخبارات سے بدکتے ہیں۔ مگر صحافی ایسے ہی افراد کا مسلسل پیچھا کرکے بہر صورت انٹرویو لینے میں کامیابی حاصل کرتے ہیں صرف حقائق حاصل کرنے کے لیے اتنی دقت نہیں اٹھانی پڑتی جتنی کہ رائے جاننے کے لیے اٹھانی پڑتی ہے۔

خیالات اور نظریات کی تشہیر کی غرض سے صحافیوں کی خوشنودی حاصل کرکے انٹرویو میں ضرورت سے زیادہ بولنے والوں کی بھی کوئی کمی نہیں۔ بعض افسر بالمشافہ انٹرویو یا ٹیلی فون انٹرویو سے بچنے کی غرض سے اپنے بیانات قلم بند کرکے اخبار نویسوں کے حوالے کر دیتے ہیں ذاتی طور پر وہ کسی بھی اخباری نمائندے سے ملنے سے صاف انکار کر دیتے ہیں یا دفتر سے عین وقت پر جان بوجھ کر غائب ہو جاتے

ہیں ایسے بیانات کو خبر کی صورت میں شائع کرتے وقت اس بات کی وضاحت کر دینا لازمی ہے کہ متعلقہ فرد نے ایک تیار شدہ اخباری بیان کے ذریعہ فلاں اعلان کیا ہے یا فلاں رائے ظاہر کی ہے۔

انٹرویو کے دوران اگر کسی مسئلہ پر کسی مختلف، عجیب یا غیر متوقع رائے کا اظہار ہو جائے تو نامہ نگار تجاہل عارفانہ سے کام لے کر ایسی رائے کو یادداشت یا ٹیپ ریکارڈر میں محفوظ کر لے، چونک کر مخاطب سے یہ نہ پوچھ بیٹھے کہ فلاں رائے شائع کی جائے یا نہ کی جائے ایسی نشان دہی سے ممکن ہے کہ مخاطب کا ارادہ بدل جائے اور وہ غیر معمولی طور پر احتیاط برتتے ہوئے کسی خاص رائے کی اشاعت کی ممانعت کر دے۔

جب کبھی کوئی تنازعہ کھڑا ہوتا ہے وہ معاشرہ میں انتشار کا باعث تو ہوتا ہے مگر اخبارات کے لیے خبروں کا ایک وسیلہ ضرور ہوتا ہے جہاں تنازعات ہوتے ہیں وہاں مختلف خیالات کی موجودگی ایک قدرتی بات ہے جیسے ہی کوئی متنازع فیہ بات اٹھ کھڑی ہوتی ہے اس پر جہاں تہاں مختلف خیال آرائیاں شروع ہو جاتی ہیں بعض رائیں مدلل ہوتی ہیں اور بعض میں عامیانہ پن ہوتا ہے رائے اچھی ہو یا بری، صحیح ہو یا غلط وہ بہر حال ''رائے'' ہوتی ہے، جو کسی نہ کسی فرد کی زبان سے نکلتی ہے اسے حاصل کرنا اخبار نویسوں کا فرض ہے۔

کئی افسر ایسے ہوتے ہیں جو صرف اس وجہ سے کسی اخبار نویس سے محو گفتگو ہونا نہیں چاہتے کہ ان کے بیانات کو غلط طریقہ پر پیش کر دیا جائے گا۔ ایسے افسروں

سے بھی صحافی رابطہ پیدا کرے اور یہ مشورہ دے کہ وہ اپنی رائے کے اظہار سے مکمل احتراز نہ کریں صحافی ہر طرح سے یقین دلائے کہ ان کے بیان کے تقدس کو ہر حال میں بحال رکھا جائے گا۔

ضروری ہدایات

بعض اوقات نامہ نگار اعلیٰ افسروں سے یہ کہتے ہیں کہ انہیں کسی خاص معاملہ کے تمام پہلوؤں کی تفصیل مل چکی ہے اور وہ صرف ضروری تصدیق کے لیے ان سے ملاقات کر رہے ہیں ممکن ہے کہ یہ تدبیر کارگر ہو، مذکورہ افسر تصدیق کر دے تو نامہ نگار کو صحیح حالات سے فوری طور پر واقفیت ہو جائے گی۔

اگر کوئی عہدہ دار کسی تفصیل پر روشنی ڈالنے سے مسلسل انکار کرے تو نامہ نگار نرم الفاظ میں یہ ترغیب دے کہ بطور اخباری نمائندہ اس کا فرض ہے کہ وہ عوام کی خاطر کچھ نہ کچھ تفصیل مہیا کرے۔ کسی بھی نوعیت کے تشدد سے ہرگز کام نہ لیا جائے۔ کسی بھی فرد کو ڈرانے کی ہرگز غلطی نہ کرے۔

انٹرویو کے دوران کوئی فقرہ یا لفظ ٹھیک سے سنائی نہ دے تو نامہ نگار اپنے مخاطب سے گذارش کرے کہ وہ اپنی بات مکرر کہے۔ ایسی التجا کرنے سے غلط بیانی کا اندیشہ باقی نہیں رہتا اور مخاطب بھی نامہ نگار کی احتیاط پسندی سے قدرے مرعوب ہوگا۔ کسی نہ کسی طرح اپنے مخاطب پر یہ ظاہر کرنے کی کوشش کیجئے کہ آپ اس کے بارے میں کافی معلومات رکھتے ہیں اور جس موضوع پر سوالات ہوں گے اس موضوع پر بھی

آپ کی معلومات اچھی ہیں۔اپنی رسمی گفتگو میں مخاطب پر یہ ظاہر کیجئے کہ آپ ذاتی طور پر اس کے مداح ہیں۔ایسی ثنا خوانی محتاط ہو اور مبالغہ آمیزی سے کام نہ لیا جائے۔

انٹرویو کے سوالات ختم ہوتے ہی صحافی بھاگنے کی کوشش نہ کرے۔رسمی سوالات کے بعد غیر رسمی گفتگو کا بھی مختصر دور چلے تو بہتر ہے کسی بھی صحافی کا یک لخت جانے کی اجازت چاہنا ناگوار گذرے گا۔مصروف ترین ہستیوں کے ساتھ بھی دو ایک لمحات ستا کر انہیں الوداع کہنا افضل ہے۔

اکثر ایسا ہوتا ہے کہ کسی وزیر، سفیر یا اعلیٰ افسر کے پرائیویٹ سیکرٹری، پرسنل اسسٹنٹ یا رابطہ عامہ کے افسر، صحافیوں کو تاریخ یا وقت دینے میں آنا کانی کرتے ہیں بعض اوقات ایسے درمیانی ماتحوں یا افسروں کو نظر انداز کر کے براہ راست متعلقہ شخص سے ہی انٹرویو کی التجا کرنا ہوتی ہے یہ عام تجربہ ہے کہ ماتحت افسروں کے مقابلے میں ''چوٹی'' کی ہستیاں ہی زیادہ ممد و معاون ثابت ہوتی ہیں۔

انٹرویو کے دوران صحافی دھونس جمانے کی کوشش نہ کرے ایسی کوئی حرکت نہ کرے جس سے بدتمیزی کی بو آئے۔سوالات کرتے وقت مخاطب کی جانب مسلسل دیکھتے رہنا ضروری ہے۔اسی طرح نوٹ بک استعمال کرتے ہوئے بھی احتیاط سے کام لینا چاہیے۔اگر نوٹ بک ہی کی جانب متوجہ ہو کر شخصیت سے بالکل مخاطب نہ ہو جائے تو انٹرویو میں ایک طرح کی خلیج پیدا ہو جاتی ہے رو یہ ایسا ہو کہ انٹرویو دینے والا یہ محسوس کرے کہ صحافی بالمشافہ گفتگو ہی سے زیادہ سروکار رکھتا ہے انٹرویو دینے

والا مسلسل گفتگو کرتا رہے تو صحافی کے مقصد میں غیر معمولی کامیابی نصیب ہوتی ہے جواب پاتے وقت کسی بھی قسم کی مداخلت نہ کی جائے اتفاق سے کسی طویل جواب سے صحافی کو بیزارگی ہو تو بھی وہ اپنی ناگواری یا بیزارگی کا اظہار ہرگز نہ کرے۔ جتنی زیادہ تفصیل انٹرویو کے ذریعہ حاصل ہوگی وہ اچھی رپورٹ لکھنے میں مفید ثابت ہو گی۔

صحافی اگر چھوٹا یا بڑا ٹیپ ریکارڈر اپنے ساتھ لے جا رہا ہے تو یہ پیشگی اہتمام کر لے کہ وہاں برقی قوت کے ذریعہ ٹیپ ریکارڈر چلانے کا انتظام آسانی سے ہو سکتا ہے یا نہیں انٹرویو سے پہلے بھی کمرہ میں جا کر ایسے انتظامات کی تیاری وغیرہ کی جا سکتی ہے بہتر صورت یہ ہوگی کہ بیٹری سیل Battery Cells سے چلنے والے ٹیپ ریکارڈر ساتھ لے جائیں یہ بات کہ انٹرویو کے لیے ٹیپ ریکارڈر استعمال ہو رہا ہے انٹرویو دینے والے کے علم میں ہو بلکہ اس کی پیشگی اجازت بھی طلب کر لی جائے تو بہتر ہے بہر حال یہ ضروری ہے کہ ٹیپ ریکارڈر کے استعمال کے اہتمام کی وجہ وقت ضائع نہ ہو بغیر کسی خاص رکاوٹ کے انٹرویو جاری رہے تو بہتر ہے۔

☆☆☆☆☆☆☆

باب16

پریس کانفرنس

پریس کانفرنس ایک ایسا اجتماعی انٹرویو ہے جس میں صحافی یکجا ہوتے ہیں اور اپنے سوالات کی مدد سے اہم شخصیتوں سے جوابات حاصل کرتے ہیں یہ ایک رسمی اجلاس ہے جس میں کئی صحافیوں کو بہ یک وقت اہم معلومات جمع کرنے کا موقعہ ملتا ہے پہلے پہل اسے ''پریس کانفرنس'' کہتے تھے چونکہ فی زمانہ پریس کانفرنس میں ریڈیو، ٹیلی ویژن اور فلم کے نمائندے بھی کثرت سے شریک ہوتے ہیں، اس لیے بعض ممالک میں اسے ''نیوز کانفرنس'' News Conference کے نئے نام سے نوازا گیا ہے۔ اردو میں عام طور سے ''اخباری کانفرنس'' کی اصطلاح رائج ہے مگر'' پریس کانفرنس'' ایک زیادہ جانا پہچانا نام ہے۔

نیوز کانفرنس کی اہمیت

خبریں دینے والوں اور خبریں جمع کرنے والوں کو ایسے اجتماع میں آمنے سامنے رہ کرتبادلہ خیال کا اچھا موقعہ ملتا ہے یہ ایک سہل طریقہ ہے جس میں وقت، محنت اور روپے کی اچھی خاصی بچت ہوتی ہے پریس کانفرنس کا سب سے بڑا فائدہ یہ ہے کہ تمام اخبارات، ریڈیو اور ٹیلی ویژن کو ایک ساتھ مواد دیا جاتا ہے، کسی سے کوئی

تعصب برتنے کا احتمال نہیں رہتا۔ یہاں چھوٹے اور بڑے اخبار کی تخصیص نہیں ہوتی۔ ہر زبان کے اخبار کو یکساں اہمیت دی جاتی ہے متعدد صحافیوں کی موجودگی سے بھی کافی مدد ملتی ہے کیونکہ ماہر اور تجربہ کار صحافی تیکھے اور گہرے سوال پوچھتے ہیں اور ایسے سوالات کے جوابات سے استفادہ کرنے میں کوئی ممانعت نہیں ہوتی۔ کانفرنس کے دوران دیگر اہم اور ماتحت افسر بھی عموماً موجود رہتے ہیں جو وقت ضرورت کسی توضیح یا تصدیق میں مددگار ثابت ہوتے ہیں۔

بعض اوقات سفارت خانوں کی جانب سے پریس کانفرنس بلائی جاتی ہے جس میں متعلقہ ملک سے آئے ہوئے سربراہ، وزیر یا وفد کے اراکین سے گفتگو کا موقعہ فراہم رہتا ہے بعض بڑے تجارتی گھرانے اپنے مینجنگ ڈائریکٹر یا کسی اہم منتظم کو اخبارات سے متعارف کرانے کے لیے بھی پریس کانفرنس کا سہارا لیتے ہیں سرکاری ادارے بھی وقتاً فوقتاً ایسی اخباری کانفرنسوں کا اہتمام کرتے ہیں جن میں اہم اعلانات ہوتے ہیں یا نئی پالیسیوں کا اشارہ دیا جاتا ہے۔

تقریباً ہر بڑی کمپنی یا کارپوریشن میں رابطہ عامہ کا ایک افسر ہوتا ہے جس کی وساطت سے پریس کانفرنس کا اہتمام کیا جاتا ہے بعض اوقات اخباری نمائندوں کو کانفرنس میں پہنچتے ہی تیار شدہ مطبوعہ یا ٹائپ شدہ بیانات کی نقلیں دی جاتی ہیں، اور اعلان کیا جاتا ہے کہ جو بات کہی جانے والی تھی وہ جامع طور پر تحریری صورت میں دے دی گئی ہے، اگر کسی صحافی کو کسی نکتہ پر مزید وضاحت کی ضرورت ہو تو وہ موجود ترجمان یا افسر سے وضاحت طلب کرسکتا ہے اگر معمولی باتوں کے لیے بھی پریس

کانفرنس منعقد کی جائے تو صحافی محتاط ہو جاتے ہیں اور ایسے محکمہ، شعبہ یا کمپنی کی بلائی ہوئی کانفرنسوں میں شرکت سے کتراتے ہیں۔

پریس کانفرنس کے دو اہم ترین مقاصد ہیں:

1 اخبارات کے نمائندوں کو ایک ایسے فرد سے بالمشافہ بات چیت کرنے کا موقعہ فراہم کرنا جس کے پاس کچھ نہ کچھ قابل اشاعت مواد ہے اور ساتھ ہی ساتھ بر وقت سوالات کے ذریعہ ضروری تشریح یا توضیح حاصل کرنے کا موقعہ بھی دینا۔

2 کسی نئی مشین یا کسی نئی مصنوعات کی نمائش کرنا تاکہ صحافی خود اپنی آنکھوں سے نئی ایجاد کی خوبیاں دیکھیں کیونکہ صرف تحریری بیان سے ایسا مقصد بخوبی پورا نہیں ہوتا اگر کسی کمپنی نے نئی کار بنائی ہے تو وہ پریس کانفرنس میں شرکت کرنے والوں کو کار دکھا کر اس کی جدید سہولتوں یا خصوصیات کا اعلان کرتے ہیں۔ نرخ وغیرہ کے بارے میں ضروری معلومات فراہم کرتے ہیں۔ اگر کوئی نئی مشین بنی ہو تو اس کا مظاہرہ کر کے ضروری تکنیکی تفصیلات کے کتابچے اخباری نمائندوں کو پیش کرتے ہیں تاکہ وہ اپنے اپنے اخبار میں اس کے متعلق خبریں یا رائیں شائع کریں۔ اگر نئی جاری کردہ شے معمولی قیمت کی ہو تو اس کے نمونے صحافیوں کو تحفتاً دیئے جاتے ہیں مثلاً نئی کافی، نئے چاکلیٹ، نئے شربت، نئے برتن وغیرہ۔

بعض اوقات ایک پریس کانفرنس منعقد کر کے اخبار والوں کو کسی مہم، تحریک یا تجارتی منصوبہ میں ان کی جانب سے دیئے گئے تعاون کا شکریہ ادا کیا جاتا ہے اس

طرح کی اظہار تشکر والی پریس کانفرنسوں میں بالعموم پر تکلف ضیافت یا چائے نوشی کا اہتمام رہتا ہے مصروف صحافی ایسی رسمی پریس کانفرنسوں میں شرکت سے پرہیز کرتے ہیں صرف خوشگوار تعلقات کی خاطر ہی ایسے پرمسرت موقعوں پر حاضری دی جا سکتی ہے۔

پریس کانفرنس میں شرکت کے لیے باضابطہ دعوت نامے بھیجے جاتے ہیں اگر کسی خاص پریس کانفرنس کے لیے دعوت ناموں کا اہتمام نہ ہو سکا اور وقت کم ہو تو بذریعہ ٹیلی فون بھی اخبارات کے نمائندوں کو شرکت کی دعوت دی جاتی ہے ٹیلی فون پر ملنے والی دعوت کی تفصیلات احتیاط سے نوٹ کی جائیں کہ کانفرنس کب، کہاں، کس وقت اور کس لیے بلائی جا رہی ہے بہتر اداروں کا یہ معمول ہے کہ وہ پریس کانفرنس کے دعوت ناموں کے ساتھ ہی کچھ پس منظر تفصیلات بھی فراہم کرتے ہیں تا کہ نامہ نگار کانفرنس میں شرکت سے پہلے ہی اپنا ذہن تیار کر لے سرکاری محکموں سے بلائی جانے والی پریس کانفرنسوں میں عموماً مقصد پیشگی ظاہر نہیں کیا جاتا۔ وزارت امور داخلہ، وزارت امور خارجہ، وزارت خزانہ، وزارت تعلیمات، وزارت دفاع جیسے اہم محکموں سے پریس کانفرنس منعقد ہو رہی ہو تو صحافی ضرور شرکت کرتے ہیں وزیراعظم یا وزیراعلیٰ کی جانب سے منعقد کی گئی پریس کانفرنس میں شرکت کسی بھی صحافی کے لیے لازمی سمجھی جاتی ہے گمنام اور غیر معروف اداروں سے منعقد ہونیوالی پریس کانفرنسوں میں شرکت کم رہتی ہے یا اکثر نوآموز اخبار نویسوں کو ایسی غیر اہم پریس کانفرنسوں میں بھیج دیا جاتا ہے۔

آج کل ریڈیو اور ٹیلی ویژن پر پیش ہونیوالی خبروں کی وجہ سے اخبارات کو وقت کے سلسلہ میں کافی احتیاط برتنی پڑتی ہے۔ اگر پریس کانفرنس صبح دس بجے یا گیارہ بجے منعقد ہوتی ہے تو اخبارات دوسرے دن صبح ہی خبر کو استعمال کر سکتے ہیں جبکہ شام کے اخبارات ریڈیو اور ٹیلی ویژن میں خبر اسی دوپہر یا شام کو آ جاتی ہے اگر پریس کانفرنس شام میں ہوتی ہے تو شام کے اخبارات محروم رہ جاتے ہیں اکثر محکموں میں اس بات پر خصوصی توجہ دی جاتی ہے ایک بار صبح میں تو ایک بار شام میں پریس کانفرنس منعقد کی جاتی ہے تا کہ زیادہ شکایات کا موقعہ نہ رہ جائے بعض اخبارات پریس کانفرنس میں ملنے والی خبروں کو بڑی اہمیت بخشتے ہیں اور خبر رساں اداروں پر انحصار کے بغیر اپنے ہی نامہ نگار پریس کانفرنس میں شرکت کے لیے روزانہ کرتے ہیں۔

پہلے پہل پریس کانفرنسیں بے قاعدگی سے منعقد ہوتی تھیں۔ آج کل کافی منصوبہ بندی اور احتیاط کے ساتھ پریس کانفرنس کا اہتمام کیا جاتا ہے۔ شریک ہونیوالے صحافیوں کے لیے تو اضع کا خیال رکھا جاتا ہے کمرہ کی آرائش پر بھی توجہ دی جاتی ہے یہ احتیاط برتی جاتی ہے کہ کمرہ یا ہال میں روشنی اور ہوا کا بہترین انتظام ہو۔ عمدہ مائیکروفون لگائے جاتے ہیں تا کہ صحافیوں کو زیادہ زحمت نہ ہو۔ بعض بڑی کانفرنسوں میں ٹیلی فون، ٹیلکس Telex اور وائرلیس واکی ٹاکی Walkie-Talkie کا بھی اہتمام رہتا ہے کہیں کہیں صحافیوں کی سہولت کے لیے ٹائپ رائٹر بھی مہیا رہتے ہیں۔ بڑے تجارتی گھرانوں کی جانب سے بلائی جانے

والی کانفرنسوں میں نامہ نگاروں کو کاغذ، قلم، نوٹ بک، فائل وغیرہ بھی مہیا کیے جاتے ہیں۔ جن صحافیوں کے پاس اپنی سواری کا انتظام نہیں ہوتا ان کے لیے کار کے سفر کی سہولت دی جاتی ہے جسے اخباری اصطلاح میں Facility Visit کہا جاتا ہے جتنے صحافیوں کو دعوت نامے بھیجے جاتے ہیں اتنی کرسیوں کا اہتمام ہوتا ہے۔ ریڈیو اور ٹیلی ویژن مراکز سے آئے ہوئے صحافیوں کی برقیاتی ضرورتوں پر بھی توجہ دی جاتی ہے کچھ خوش انتظام ادارے صحافیوں کی میزوں پر پانی کے گلاس اور ''ایش ٹرے AshTray'' تک رکھ چھوڑتے ہیں اور لکھنے کی سہولت کے لیے ''پیڈ'' Pad بھی فراہم کرتے ہیں پریس کانفرنس میں آئے ہوئے فوٹو گرافروں کے لیے بھی جو برقی کنکشن وغیرہ کی ضرورت ہوتی ہے اس کے اہتمام میں مدد دی جاتی ہے اچھی تصویروں کے لیے پس منظر وغیرہ کی تبدیلی کی درخواست پر عمل ہوتا ہے غرض ہر وہ سہولت دی جاتی ہے جس سے صحافیوں کے کام میں آسانی ہو اور انہیں کسی قسم کی شکایت کا موقعہ نہ ملے۔ بعض رابطہ عامہ افسر پریس کانفرنس منعقد کرنے میں ماہر سمجھے جاتے ہیں اور ہر پریس کانفرنس کی کامیابی کے لیے افضل ترین اہتمام کرتے ہیں۔

انٹرویو کی طرح پریس کانفرنس کے بھی ناکام ہونے کا خدشہ رہتا ہے پریس کانفرنس کے اختتام کے بھی ہی یہ تاثر ملتا ہے کہ کانفرنس کامیاب رہی یا ناکام کانفرنس کی کامیابی یا ناکامی میں صحافیوں اور منتظمین کانفرنس کی یکساں ذمہ داری رہتی ہے۔

بعض جگہ انتظام ناقص رہتا ہے۔ ایسے موقعہ پر صحافی کو اپنی ناگواری کا اظہار کیے بغیر خبر حاصل کرنے سے مطلب رکھنا چاہئے صحافی یہ یاد رکھے کہ وہ خبروں کا متلاشی ہے نہ کہ پرتکلف دعوتوں اور فائیو اسٹار آسائشوں کا۔

آج کل ہر اخباری نمائندہ کو پیش کرنے کے لئے ایک ''فائل'' یا ''فولڈر'' پہلے ہی سے تیار رکھا جاتا ہے جسے ''پریس کٹ'' Press Kit کہتے ہیں عموماً ایسے فولڈر سفید کاغذ، پتلے کاغذ، کاربن کاغذ، پن، کلپ، متعلقہ معاملہ کی پس منظری تفصیلات کے کاغذات ضروری نقشے، تصاویر، اعداد و شمار کی فہرستیں اور ایسی ضروری کارآمد اشیاء ملفوف رہتی ہیں۔ پریس کانفرنس پہنچتے ہی ایسی فائل ''تمام تر نیک توقعات کے ساتھ'' صحافی کے حوالے کر دی جاتی ہے تاکہ وہ پریس کانفرنس کے رسمی افتتاح سے پہلے ہی ضروری تفصیلات حاصل کرلے۔ بعض بڑے تجارتی گھرانے ایسے فولڈروں میں صحافیوں کے لیے فاؤنٹین پن، بال پائنٹ پین، کیلنڈر، ڈائری، سگریٹ ڈبے، قیمتی ماچس بکس، لائٹر یا اسی طرح کی عام استعمال کی اشیاء تحفتاً رکھ دیتے ہیں۔

بڑے تجارتی اداروں، سفارت خانوں وغیرہ کی فراخ دلی سے متاثر ہو کر آج کل سرکاری محکموں کی جانب سے منعقد ہونے والی اخباری کانفرنسوں میں بھی کچھ نہ کچھ تحفتاً دینے کا رواج عام ہوتا جارہا ہے معمولی سے معمولی پریس کانفرنس میں بھی کم از کم نوٹ بک اور بال پائنٹ پین دینے کی روایت مقبول اور مستقل ہوتی جارہی ہے۔

کانفرنس میں نامہ نگاروں کی ذمہ داریا

پریس کانفرنس ایک ایسی صحافتی ''سرگرمی'' ہے جس کے ذریعہ ''خبریں'' ہمیشہ بڑی آسانی سے ''ابھرتی'' ہیں کانفرنس میں ''پیدا'' ہونے والی خبریں ''مستند'' ہوتی ہیں کانفرنس میں شریک ہونے والا صحافی نہ صرف اپنی ''جھولی'' بھر کے لے جاتا ہے بلکہ ہر ملنے والی خبر کی اچھی تشریح بھی سہولت سے دستیاب کرلیتا ہے ماہر اور تجربہ کار صحافیوں کی موجودگی اور ان کے نپے تلے سوالات کی وجہ سے ''ملنے'' والی اطلاعات سے بھی وہ یکساں طور پر مستفیض ہوتا ہے۔

کانفرنس میں سب سے پہلی بات یہ یاد رہے کہ وہاں ہر اخبار نویس کو مساوات کا درجہ حاصل رہتا ہے پریس کانفرنس میں ابھرنے والی معلومات پر تمام صحافیوں کا یکساں حق رہتا ہے۔ اگرچہ پریس کانفرنس تو ایک ہی ہوتی ہے مگر اس کی رپورٹ ہر نامہ نگار اپنے طور پر لکھتا ہے اور اس کا ''انداز بیان'' دوسروں سے جدا ہوتا ہے۔

یاد رہے کہ ہر پریس کانفرنس رضا کارانہ طور پر منعقد کی جاتی ہے صحافی کو چاہئے کہ وہ پریس کانفرنس سے خاطر خواہ استفادہ کرنے کی کوشش کرے اور فضا کو مکدر کرنے سے باز رہے۔ بے جا اور بیزار کن سوالات یا پرتشدد لہجہ سے متین اور سنجیدہ مخاطب بھی رنجیدہ ہوسکتا ہے۔ اگر وہ ضد پر اتر آئے اور صحافیوں کو منہ توڑ جواب دینے لگے تو پریس کانفرنس کرکری ہوجاتی ہے۔ پریس کانفرنس کو ''دنگل'' نہ بننے دیا جانا چاہئے۔

چند ماہر اور تجربہ کار مخاطب کسی معمولی سوال کے جواب کو جان بوجھ کر طول

دیتے ہیں اور وقت گذارنے کی ہر ممکنہ کوشش کرکے پریس کانفرنس کا وقت ختم ہوتے ہی صحافیوں سے پیچھا چھڑانے کی کوشش کرتے ہیں۔

تقریباً ہر صحافی اپنے سوالات کی فہرست کے ساتھ پریس کانفرنس میں جاتا ہے، اگر اس کے سوال پوچھنے سے پہلے ہی کسی نے وہ سوال پوچھ لیا ہو تو صحافی خاموشی اختیار کرلے کانفرنس کے دوران یہ سلیقہ رہے کہ ایک وقت میں ایک ہی صحافی محو گفتگو رہے۔ جب ایک صحافی سوال پوچھ رہا ہو یا تبادلہ خیال میں مصروف ہو تو دوسرا ہرگز مداخلت نہ کرے پریس کانفرنس میں جمہوری اصولوں پر سختی سے عمل کیا جائے اور ہر صحافی کو کانفرنس میں حصہ لینے کے مواقع حاصل رہیں۔ ایک ہی سوال پر دو چار صحافیوں کی مسلسل جرح سے پرہیز ہو کیونکہ ایسی حرکت سے خبر پر ایسی کوئی خاص روشنی نہیں پڑے گی۔

آج کل ہر بڑے شہر میں پولیس کمشنر کی جانب سے ہر ہفتہ یا ماہ پریس کانفرنس ہوتی ہے جس میں جرائم سے متعلق اطلاعات بہم پہنچائی جاتی ہیں۔ ٹریفک یا خلل امن یا چوری، ڈکیتی، غبن، اغوا، زنا بالجبر، جعلسازی وغیرہ سے متعلق تفصیلات دی جاتی ہیں پولیس کمشنر بذات خود موجود رہتا ہے یا کسی بڑے پولیس افسر کے ذریعہ اطلاعات فراہم کی جاتی ہیں پولیس افسروں سے مرعوب ہو کر صحافی ہو کر صحافی سوال کرنے سے احتراز نہ کرے۔ جواب طلب یا تصدیق طلب سوالات حاصل کرنے پر اصرار کرنا چاہیے۔

پریس کانفرنس میں نامہ نگار ایسے سوال نہ کرے جن کا جواب صرف ''ہاں'' یا''

نہیں‘‘ میں مل سکتا ہو۔سوالات کی ساخت ہی کچھ ایسی ہو کہ متعلقہ مخاطب سر ادھر یا ادھر ہلانے کے بجائے واضح طور پر جواب دینے پر مجبور ہو جائے۔

نئی دہلی میں ہونیوالی اہم پریس کانفرنسوں میں مقامی اور قومی اخبارات، خبر رساں ایجنسیوں اور رپورٹروں کے علاوہ متعدد غیر ملکی نامہ نگار، ریڈیو رپورٹر اور ٹیلی ویژن کرسپانڈنٹ وغیرہ بھی موجود رہتے ہیں۔ بسا اوقات وزیر اعظم پریس کانفرنس سے خطاب کرتے ہیں۔ایسی اخباری کانفرنس کی عالمگیر اہمیت ہوتی ہے۔واشنگٹن میں صدر امریکہ کی رہائش گاہ ’’وائٹ ہاؤس‘‘ کی پریس کانفرنس تو ایک بین الاقوامی ’’ادارہ‘‘ کی حیثیت اختیار کر گئی ہے مقامی پریس کانفرنس میں صحافی کم تعداد میں ہوتے ہیں اور سوالات پوچھنے کے مواقع زیادہ رہتے ہیں کانفرنس چھوٹی ہو یا بڑی، قومی سطح کی ہو یا بالکل مقامی سطح کی، صحافی کا فرض ہے کہ وہ اس میں شرکت کر کے معقول سوالات کے ذریعہ زیادہ سے زیادہ واضح خبریں اور رائیں جمع کرے۔

اعلامیہ کی نوعیت

اعلامیہ اس اخباری بیان کو کہتے ہیں جو کسی دفتر، سفارت خانہ، وزارت، دفتر اطلاعات یا ادارہ کی جانب سے بغرض اشاعت جاری کیا جاتا ہے۔اسے انگریزی میں ’’پریس ریلیز‘‘ Press Release کہتے ہیں اور بعض اوقات اسے ’’ہینڈ آؤٹ‘‘ HandOut بھی کہا جاتا ہے۔اس کے لیے پریس نوٹ Press Note اور پریس کمیونکے Press Comminique کے نام بھی رائج ہیں۔بعض اوقات

اسے صرف ''اخباری زبان'' یا Press Statement کہا جاتا ہے۔

جب کبھی اخبارات کو کسی تازہ اطلاع سے روشناس کرنا ہوتا ہے یا کسی خبر کی تصدیق کرنی ہوتی ہے یا کسی افواہ کی تردید ضروری ہوتی ہے تو مقتدر ادارے ''اعلامیہ'' ہی سے کام لیتے ہیں سرکاری نظامت اطلاعات و تشہیر کے ذریعہ ہر ریاست میں تقریباً روز کوئی نہ کوئی اعلامیہ جاری ہوتا ہے جس میں تازہ ترین سرکاری اعلانات درج ہوتے ہیں۔ اکثر و بیشتر اعلامیہ خبر سے زیادہ تشہیر کا پلندہ ہوتا ہے۔ محتاط مدیر خبری مواد منتخب کر کے تشہیری مواد کو نظر انداز کر دیتے ہیں۔

رابطہ عامہ کے دفاتر سے جاری ہونیوالے اعلامیہ میں ترتیب تو ہوتی ہے مگر طوالت ایک مسئلہ ہوتا ہے بہت کم ایسا ہوتا ہے کہ تشہیری ادارے مطلب کی بات صاف صاف کہتے ہوں وہ اپنے اعلامیے اس چالاکی سے تحریر کرتے ہیں کہ خبر کے ساتھ ساتھ منتخبہ فرد یا ادارہ یا تحریک کی زیادہ سے زیادہ تشہیر ہو۔ ایسے اداروں یا طریقوں کو ''ایڈیٹوریل پبلسٹی'' Editorial Publicity کہا جاتا ہے۔ ناتجربہ کار اور غیر محتاط صحافی نشانہ بن جاتے ہیں مگر ماہر مدیر ایسے ہتھکنڈوں سے اپنا دامن بچا لیتے ہیں۔

اچھے اداروں سے جاری ہونیوالا اعلامیہ درست زبان میں سلیقہ سے ٹائپ شدہ یا مطبوعہ ہوتا ہے اعلامیہ کے اوپری حصہ میں ''بغرض اشاعت معہ پیشگی شکریہ'' لکھا رہتا ہے یا ایسی ہی کوئی التجا درج ہوتی ہے مثلاً For Kind Favour of Publication یا Forwared With Chicest Compliments یا

For Gracious Obligation of Coverage وغیرہ سرکاری محکموں سے جاری ہونے والے اعلامیہ میں سرکاری لہجہ گرا ہوتا ہے جسے عام اصطلاح میں Officialese کہا جاتا ہے۔ اخبار میں خبریں ایسے تحکمانہ لہجہ میں نہیں شائع کی جاتیں ضرورت ہے ایسے اعلامیہ کو اخباری اسلوب بیان میں دوبارہ لکھ کر شائع کیا جائے۔ اخباری زبان کو عام اصطلاح میں Journalese کہتے ہیں۔

بعض اعلامیے وقت سے پہلے جاری کردیے جاتے ہیں مگر شرط لگادی جاتی ہے کہ اعلامیہ میں دی گئی اطلاع معینہ تاریخ یا وقت سے پہلے شائع نہ ہو۔ صحافتی اصطلاح میں اسے ''ایمبارگو'' Embargo کہتے ہیں اگر اعلامیہ میں درج ہو کر مرسلہ اطلاع 26 جنوری کی صبح 9 بجے سے پہلے شائع نہ ہو تو صحافی کا فرض ہو جاتا ہے کہ وہ ایسی شرط یا التجا کی خلاف ورزی نہ کرے۔

غیر ملکی سفارت خانوں کے پریس اتاشی (یعنی ''پریس سیکرٹری'' کی جانب سے بھیجے جانے والے اعلامیے تشہیری مواد سے بھرے رہتے ہیں اور اکثر دیکھا گیا ہے کہ اخبارات کے دفاتر میں انہیں کھول کر پڑھنے کی زحمت بھی گوارا نہیں کی جاتی۔ یہ سراسر غلط رویہ ہے بعض اوقات غیر ملکی سفارت خانوں کے شعبہ اطلاعات کے جاری کردہ ''نیوز لیٹر'' یا ''پریس کمیونکے'' میں بھی اچھا مواد رہتا ہے۔ صحافی کا فرض ہے کہ وہ عصبیت سے دور رہ کر ہر ملنے والے اعلامیہ کا بغور مطالعہ کرے اور اس میں پوشیدہ خبری مواد ڈھونڈ نکالے۔

اعلامیہ سے مواد ''برائے اشاعت'' منتخب کرتے وقت صحافی یہ خیال رکھے کہ

مواد قارئین کی دلچسپی کا حامل ہے اور اس میں خبری قدر موجود ہے۔ بوسیدہ مواد شایع نہ ہو۔ حد درجہ توصیفی جملے کاٹ دیے جائیں۔ اعلامیہ تمام اخبارات کے لیے لکھا جاتا ہے اور لکھتے وقت چھوٹے یا بڑے اخبارات کی تخصیص نہیں کی جاتی۔ لہذا چھوٹے اخبارات اپنی سطح کا مواد چھانٹ لیں بشرط ضرورت اختصار نویسی سے کام لیں یا زیادہ تشریح کر دیں۔ تجربہ کار ادارے 3/4 x8 1/2 11 انچ (سائز A 4) پر یا 10X8 سائز کے کاغذ پر اعلامیہ جاری کرتے ہیں۔

خصوصی ہدایات

عموماً پریس کانفرنس کے انعقاد کی اطلاع دو یا تین دن پیشتر دی جاتی ہے۔ اہم ادارے بھی کم از کم 24 گھنٹے پہلے مطلع کرتے ہیں۔ مگر کبھی کبھی ضرورت پڑ جاتی ہے کہ پریس کانفرنس فوراً منعقد ہو ممکن ہے کہ کسی اہم ترین معاملہ پر کوئی سرکاری محکمہ ایک گھنٹہ کی مہلت میں پریس کانفرنس منعقد کر رہا ہو۔ موقعہ کی نزاکت سمجھتے ہوئے صحافیوں کو تعاون کرنے سے گریز نہیں کرنا چاہئے۔ وزیر اعظم، وزیر اعلی، وزیر مالیات یا وزیر دفاع کی جانب سے فوری پریس کانفرنس منعقد ہو تو صحافی اعتراض کیے بغیر شرکت کرے۔ اور ایسی پریس کانفرنس سے بھرپور استفادہ کرے۔

کچھ منتظمین کانفرنس سے پہلے چائے نوشی یا ضیافت کا اہتمام کرتے ہیں، ان کا خیال ہے کہ ناشتہ یا تناول طعام کے بعد صحافی ذرا تسکین سے کانفرنس کی کارروائی میں توجہ دیں گے۔ بعض کانفرنسوں میں تو اضع کا انتظام کانفرنس کی رسمی کارروائی کے

بعد رہتا ہے منتظمین کا ہرگز یہ مقصد نہیں ہوتا کہ پہلے کام ہو اور بعد طعام صحافی چونکہ مہمان ہیں اس لیے اس انتظام میں دخل و رمعقولات سے احتراز کریں کانفرنس کے ختم ہوتے ہی چائے نوشی یا ضیافت کا انتظار کیے بغیر وہ کانفرنس ہال سے چلے جائیں گے تو کوئی خاص اعتراز تو نہیں ہوگا مگر خوش خلقی کا تقاضہ ہے کہ دوسرے صحافیوں کی حاضری کا احترام کریں اور اپنی فضیلت یا امتیازی حیثیت کا مظاہرہ نہ کریں۔

پریس کانفرنس میں تمام صحافیوں کو یکساں درجہ حاصل رہتا ہے۔ بڑے اخبارات کے نمائندے چھوٹے اخبارات کے نمائندوں سے برابر کا سلوک کریں۔ اور چھوٹے اخبارات کے نمائندوں کو بھی چاہئے کہ وہ احساس کمتری کا شکار ہوئے بغیر کسی بھی پریس کانفرنس سے پورا فائدہ اٹھانے کی کوشش کریں۔

رسمی کارروائیوں کے بعد بھی وزیر، سفیر یا پریس کانفرنس میں مخاطب ہونے والے فرد سے ملاقات کرنے کی ممانعت نہیں ہے بشرطیکہ وہ کمرے میں موجود ہے صحافی کو یہ آزادی ہے کہ وہ کسی بھی ہستی سے کبھی بھی مل کر تشریح طلب کرسکتا ہے ماہر صحافی عموماً ایسا موقعہ ڈھونڈ نکالتے ہیں اور پریس کانفرنس کے فوراً بعد بھی علیک سلیک کے بہانے متعلقہ ترجمان سے محو گفتگو ہوتے ہیں تا کہ انہیں کوئی نیا زادیہ مل جائے تو پریس کانفرنس کی رپورٹ میں کچھ مزید نکات کے ساتھ کچھ نہ کچھ خصوصیت پیدا ہو۔

بعض تنگ مزاج صحافی پریس کانفرنس میں دی جانیوالی ضیافتوں کو ''رشوت'' کہہ دیتے ہیں، لیکن کانفرنس کے منتظمین کہتے ہیں کہ کبھی کبھار صحافی دوستوں کا

سماجی اجتماع ہو اور وہاں کسی قسم کی خوردونوش کا انتظام نہ ہو تو بات نہیں جچتی چونکہ پریس سے پہلے یا بعد میں خاطر تواضع ایک عالمگیر روایت ہے اس لیے اس پر زیادہ نکتہ چینی بہتر نہیں، صحافیوں کو ''مفت خورے'' سمجھ لینا ایک غلط رویہ ہے۔

کبھی کبھی ایسا ہوتا ہے کہ ایک ہی وقت میں مختلف جگہوں پر پریس کانفرنس منعقد رہتی ہے عموماً اخبارات سے متعلق انجمنیں ایسی الجھنوں کو سلجھانے کی کوشش کرتی ہیں اور مداخلت کر کے اوقات میں ردوبدل کی صلاح دیتی ہیں تاکہ صحافیوں کو شرکت کی سہولت رہے پھر بھی کبھی کانفرنسیں بہ یک وقت بلائی گئی ہیں تو صحافی اپنے مدیر اعلیٰ سے مشورہ کر لے کہ وہ کس کانفرنس کو ترجیح دے یا خود بہتر فیصلہ کر کے کسی اہم پریس کانفرنس میں شرکت کرے۔

اگر پریس کانفرنس کسی نئی جگہ منعقد ہو رہی جس سے صحافی ناواقف ہو تو بہتر ہے کہ ٹیلی فون کے ذریعہ مقام کے بارے میں صحیح تفصیلات حاصل کر لی جائیں تاکہ وقت مقررہ پر پہنچنے کا تیقن ہو سکے اور عین وقت پر تلاش کی الجھن سے نجات مل جائے ساتھی صحافیوں سے بھی جگہ کے بارے میں پوچھ تاچھ کر لینے میں کوئی مضائقہ نہیں۔

بعض بڑی کانفرنسوں میں شریک ہونیوالے صحافیوں کے دستخط لیے جاتے ہیں عموماً اس مقصد کے لیے ''ملاقاتیوں کی کتاب'' Visitor's Book استعمال کی جاتی ہیں شریک صحافی کو ایسی حاضری کے ثبوت میں اپنے دستخط کرنے میں کوئی قباحت محسوس نہیں کرنی چاہیے۔

پریس کانفرنس صرف صحافیوں کے لیے مخصوص ہوتی ہے زیادہ سے زیادہ صحافی اپنے ساتھ عملہ کا فوٹو گرافر لے جائے۔ دوستوں یا رشتہ داروں کو پریس کانفرنسوں میں ساتھ لے جانا بری عادت ہے اور اس سے پرہیز ضروری ہے۔

کبھی کبھار رابطہ عامہ دفتر سے یہ بات دریافت کی جاتی ہے کہ صحافی پریس کانفرنس میں شریک ہو رہا ہے یا نہیں۔ ایسے موقعہ پر صحافی کا سچ بولنا ضروری ہوتا ہے تا کہ منتظمین کو پیشگی علم رہے کہ کتنے صحافی شریک ہو رہے ہیں اتفاق سے شرکت کے فیصلہ میں ترمیم ہو تو متعلقہ افسر کو مطلع کر دینا ایک اچھی عادت ہے۔

☆☆☆☆☆☆☆

حصہ پنجم

تصویری صحافت

باب 17

مصور اخبار نویسی

(تصویری صحافت)

کسی بھی شے کو دیکھنا اسے جاننے کے برابر ہے کہا جاتا ہے کہ جو بات ایک ہزار الفاظ کی مدد سے سمجھی یا سمجھائی نہیں جا سکتی وہ ایک تصویر کے ذریعہ سے سمجھ میں آجاتی ہے اور بڑی آسانی سے سمجھائی بھی جا سکتی ہے۔قوت اظہار جتنی بھی ہو لوگ کسی شے کو بذات خود دیکھنا چاہتے ہیں یا کم از کم اس کی تصویر دیکھنے کے خواہاں ہوتے ہیں۔ کہاوت ہے کہ کیمرہ کی آنکھ کبھی جھوٹ نہیں بولتی۔لوگ کیمرہ کی مدد سے لی گئی تصاویر پر حد درجہ بھروسہ کرتے ہیں زمانہ قدیم کے لوگ کئی چیزوں کا اظہار تصاویر ہی کے ذریعہ کرتے تھے۔تصویر بعد میں چل کر تحریر کا روپ دھارنے لگی۔

تصویر میں ایک ''حسی اثر'' ہوتا ہے، ایک ''حقیقت بینی'' ہوتی ہے، اسی لیے تصاویر ہمیشہ کارگر ثابت ہوتی ہیں۔صحافت میں الفاظ اور تصاویر کی باہمی رفاقت ہوتی ہے۔عام عکسی تصاویر کے علاوہ متحرک تصاویر، کارٹون، کامک، نقشے، خاکے، گراف اور قلمی تصاویر جدید صحافت کا بڑا گہرا ساتھ دے رہی ہیں۔تصاویر کے بغیر جدید ذرائع ابلاغ کی مقبولیت کا تصور ممکن نہیں۔کیمرہ کی ایجاد سے تصویر کشی کی دنیا

میں کئی انقلابات آئے ہیں۔اخبارات نے ان جدید ایجادات کا بھرپور فائدہ اٹھایا ہے۔

تصویروں کی اہمیت

لوگ اخبارات اور رسائل میں مختلف قسم کی تصویریں دیکھنے کے شائق ہوتے ہیں۔کبھی وہ تصویر کے سائز سے متاثر ہوتے ہیں اور کبھی تصویر کے موضوع سے کبھی وہ رنگوں کی دلکشی کی وجہ سے تصویر کی جانب زیادہ راغب ہوتے ہیں اور کبھی تصویر کی وضاحتی تحریر Caption سے خوش ہوتے ہیں۔تصویر جتنی بڑی ہوتی ہے اتنی ہی دلکش ہوتی ہے۔ پہلے صرف رسائل میں رنگین تصویروں کو نمایاں جگہ دی جاتی تھی، آج کل روزانہ اخبارات میں بھی ان کی مقبولیت دن بہ دن بڑھتی جارہی ہے۔ ہر دس قارئین میں سے نو تصاویر سے دلچسپی لیتے ہیں۔اگر اخباری تصویر، تین یا چار کالم پر پھیلی ہو تو ہر قاری کی نظر اس پر پڑتی ہے۔تعلیم یافتہ اور نا خواندہ تصویریں دیکھنے میں یکساں دلچسپی رکھتے ہیں۔تصاویر ایک بصری ذریعہ ہیں۔تصویر دیکھ کر قاری محسوس کرتا ہے کہ وہ وقوع پذیر واقعہ کو اپنی ہی آنکھوں سے دیکھ رہا ہے۔

یہ سمجھ لینا بالکل غلط ہے کہ اخبار کے صفحات پہ تصاویر صرف جگہ پر کرنے کی غرض سے پیش کی جاتی ہیں تصاویر خاص مقصد سے شائع ہوتی ہیں جس طرح نامہ نگار اندازہ لگاتے ہیں کہ کون سی بات خبر کے طور پر زیادہ دلچسپی سے پڑھی جائے گی۔ عملہ ادارت میں مدیران بخوبی اندازہ لگاتے ہیں کہ کون سی تصویر قارئین کو زیادہ پسند

آئے گی ہر تصویر کا ایک علیحدہ معیار ہوتا ہے اور ہر تصویر کو اس کی خوبیوں کی بنا پر منتخب کیا جاتا ہے کچھ حادثات، واقعات اور مصروفیات ایسی ہوتی ہیں کہ تصاویر کے بغیر انہیں واضح نہیں کیا جا سکتا۔ اخبار کے صفحہ کو گنجان پن سے بچانے کے لیے بھی تصاویر کا استعمال ضروری ہے۔

شخصیات کا جو عکس عوام کے دل و دماغ پر قائم ہوتا ہے اس میں اخبارات میں شائع ہونے والی تصویروں کا بہت بڑا حصہ ہوتا ہے۔ وزیر اعظم کو خواہ اجلاس کی صدارت کرتے ہوئے یا کسی سربراہ حکومت سے گفت وشنید میں مصروف دکھایا جائے یا کسی کانفرنس کا افتتاح کرتے ہوئے بذریعہ تصویر پیش کیا جائے اس سے قارئین کے ذہن پر ایک خوشگوار نقش مرتسم ہوتا ہے چہرے کے نقوش سے عام قاری خوشگوار حد تک، کسی اہم انسان کے احساسات کا اندازہ لگالیتا ہے۔ ہر کسی کا چہرہ اس کی دماغی کیفیت کا آئینہ دار ہوتا ہے کیمرہ ایسی ہی کیفیات کو قید کر کے انہیں تصویر کے روپ میں عوام کے سامنے پیش کرتا ہے۔

ہر بڑے اخبار میں پریس فوٹو گرافر ہوتے ہیں جنہیں متوقع اور غیر متوقع واقعات، حادثات اور اتفاقات کی تصویریں لانے کی ذمہ داری سونپی جاتی ہے۔ ان کے علاوہ شہر میں کئی پیشہ ور فوٹو گرافر ہوتے ہیں جو عموماً ہر اہم اجلاس کی مختلف تصویریں لیتے ہیں اور اخبارات کو معاوضہ پر فراہم کرتے ہیں۔ بڑے شہروں میں سینڈیکیٹ کا رواج ہے جہاں سے تقریباً ہر اہم واقعہ کی تصاویر بڑی آسانی سے مل جاتی ہیں۔ آج کل کئی ایسے خصوصی ادارے بھی قائم ہو گئے ہیں جو کسی بھی طرح کی

تصویر لے کر جلد از جلد فراہم کرنے کی پوری ذمہ داری قبول کر لیتے ہیں۔ مرکزی وزارت اطلاعات ونشریات کے زیر اہتمام قائم شدہ پریس انفارمیشن بیورو (Press Information Bureau) کی جانب سے اخبارات کو روزانہ تصاویر مفت بھیجی جاتی ہیں ریاستی محکمہ اطلاعات یا شعبہ روابط عامہ سے بھی با قاعدہ اخبارات کو تصاویر فراہم ہوتی ہیں ریاستی محکمہ اطلاعات یا شعبہ روابط عامہ سے بھی با قاعدہ اخبارات کو تصاویر فراہم ہوتی ہیں۔ غیر ملکی دفاتر اطلاعات یا سفارت خانوں سے بھی تصاویر مفت مہیا کی جاتی ہے۔ رضا کارانہ طور پر اشاعت کے لیے تصاویر دینے والوں کی بھی کوئی کمی نہیں فیچر مضامین کے لیے کچھ ضروری تصاویر حکومت ہند کے ادارے ''فوٹوویژن'' (Photo Division) سے بھی حاصل کی جاسکتی ہیں۔

تصویر کے ساتھ کوئی خبر شائع ہو تو اس کا اثر زیادہ گہرا ہوتا ہے۔ اگر حادثات کی خبروں کے ساتھ حادثہ سے متعلق تصاویر بھی شائع کی جائیں تو قارئین زیادہ مطمئن ہوتے ہیں کچھ تصاویر ایسی بھی ہوتی ہیں جن کو دیکھ کر قارئین کے دل میں ہمدردی یا نفرت کے جذبات ابھرتے ہیں یا خوشیوں میں اضافہ ہوتا ہے کچھ تصاویر مضحکہ خیز ہوتی ہیں۔ کچھ ڈرامائی انداز میں واقعہ کی عکاسی کرتی ہیں۔

جن موضوعات پر تصاویر قارئین کی توجہ حاصل کرتی ہیں وہ مندرجہ ذیل ہیں:

بچے اور بچیاں، جرائم، محکمہ دفاع سے متعلق تصاویر، انسانی دلچسپی، سائنسی ایجادات یا انکشافات سے متعلق تصاویر، ملکہ حسن و دیگر خوبصورت لڑکیوں، حادثات اور قدرتی مصائب جیسے طوفان، زلزلہ، سیلاب، آندھی وغیرہ کی تصویریں،

نت نئے فیشن، مقامی، سیاسی جماعتوں،فوج،بحریہ یا فضائیہ سے متعلق ورزشوں، بین الاقوامی اور عمومی خبروں سے متعلق واقعات، ڈرامہ،موسیقی یا دیگر تفریحی اجلاس سے متعلق مصروفیات، مقامی جلسوں، جلوسوں، مظاہروں، ہڑتالوں، کھیل کود کے مناظر ہر قسم کے جانوروں کی عجیب وغریب حرکات وغیرہ کی تصاویر۔

ایسے قدرتی یا غیر قدرتی حادثات، جن سے انسانی زندگیوں کا عظیم نقصان ہو، اخباری تصاویر کے لیے بہترین موضوع ثابت ہوتے ہیں عورتوں کی تصاویر ہمیشہ مرکز توجہ ہوتی ہیں۔ کیونکہ نسوانی تصاویر سے عورتیں بھی دلچسپی لیتی ہیں اور مرد بھی یکساں دلچسپی ظاہر کرتے ہیں زمین کے اوپر اور آسمان کے نیچے کوئی ایسی چیز نہیں ہے جس کی تصویر نہیں لی جاسکتی یا وہ اخبارات کے صفحات کی زینت نہ بن سکے اور بے جان شے کی تصویر اگر خصوصی زاویہ سے لے کر شائع کی جائے تو قارین کو بہت پسند آتی ہے۔

کچھ ایسی بھی تصاویر ہیں جو پرانی تو ہوتی ہیں مگر انہیں نئے زاویوں سے یا نئے مقاصد سے شائع کرکے پر معنی بنایا جاسکتا ہے بعض تصاویر ایسی لگتی ہیں جیسے انہیں ہم نے پہلے بھی کہیں دیکھا ہے اس کی وجہ یہ ہے کہ عام جلسوں کی تصاویر ایک ہی ڈھنگ پر لی جاتی ہیں اگر فوٹوگرافر اپنے تصور کو کام میں لائے تو ہر عام تصویر میں ایک نیا اسلوب پیدا ہوسکتا ہے تصاویر ایسی صاف ہوں کہ اخبار میں طبع ہونے پر وہ دھندلی نظر نہ آئیں بہتر ہے کہ عملہ ادارت پیشگی ہی فوٹوگرافر سے تبادلہ خیال کرکے اسے ہدایت دیں کہ اخبار کے لیے کس نوعیت یا خصوصیت کی تصویریں درکار ہیں یہاں یہ

یاد رکھنا ضروری ہے کہ کیمرہ اور روشنی سے زیادہ کیمرہ مین کی مہارت کی وجہ عمدہ تصویریں نکل آتی ہیں نور وظلمت کے حسین امتزاج سے جاذب نظر تصویریں بنتی ہیں فوٹوگرافی کے بنیادی اصول تو ہر کیمرہ استعمال کرنے والے کو معلوم رہتے ہیں۔

فوٹوگرافی کس نے ایجاد کی؟ اس سوال کا صحیح جواب کوئی نہیں دے سکتا کیونکہ یہ فن صدیوں کی کوشش، محنت، دلچسپی اور تحقیق کا مجموعی نتیجہ ہے۔ کچھ لوگوں کا کہنا ہے کہ 350 قبل مسیح میں ہی ارسطو نے کچھ ایسے اشارے دیے تھے جو مبہم ہی سہی مگر فن تصویر کشی کے بارے میں پیش گوئی کہے جا سکتے ہیں کچھ لوگ گیارہویں صدی کے الخسر ان کو اس کا موجد بتاتے ہیں تو کچھ تیرہویں صدی کے روجر بیکن کو اکثر لوگ سولہویں صدی کے مشہور مصور لیونارڈو ڈاونچی (Leonardo da Vinci) کو تصویر کشی کے فن کا بانی سمجھتے ہیں کئی محققین کا اس امر پر اتفاق ہے کہ 1560 میں جین باپ ٹسٹے پورٹا (John Baptiste Porta) نے ایک مختصر آلہ ایجاد کیا جو ”کیمرہ البسکورا“ Camera Obscura کہلایا 1568 میں ڈینیلیو باربارو نامی شخص نے کیمرہ میں استعمال ہونے والے شیشے یعنی لینس (Lens) کی دریافت میں خاصی دلچسپی لی کیپلر نامی سائنس داں نے بھی تصویر کشی کے فن کے بارے میں کئی معلومات فراہم کیں 1669ء میں ہوک نامی موجد نے ایک ایسا کیمرہ بنایا جو ڈبے کی شکل میں تھا 1727ء میں جے ایچ شولز نے تحریروں کی تصاویر نکالیں 1777ء میں کے ڈبلیو شیل نے سلور کلورائڈ پر سورج کی شعاعوں کے اثر کا گہرا مشاہدہ کیا 1791ء میں تھامس ویج وڈ نے ہمفری ڈیوی کے تعاون سے تصاویر

کی نقلیں بنانے میں تسلی بخش کامیابی حاصل کی انیسویں صدی میں فوٹو گرافی نے خوب ترقی کی 1814ء میں جوزف نسے فورنیپ نے مستقل طور پر تصاویر نکالنے کی سعی میں زبردست کامرانی حاصل کی جسے ''ہیلی گرافی'' (Heligraphy) کا نام بخشا گیا تیرہ سال بعد اس نے کیمرہ کی مدد سے عکس تو حاصل کیا مگر اس عکس میں کاملیت لانے کے لیے تصویر کو سات یا آٹھ گھنٹہ تک کڑی دھوپ میں سکھانا پڑتا تھا تقریباً اسی دوران جے ایم ڈگیورے (J.M. Daguerre) نے نیپ سے کی مدد چاہی اور دونوں کے اشتراک عمل سے 1839 میں چمکیلے پلیٹوں پر عمدہ تصاویر کھینچنے کی کوشش میں کامیابی حاصل ہوئی ولیم ہچ ایف ٹال بٹ نامی موجد نے آزادانہ طور پر کام کر کے 1839ء ہی میں اطمینان بخش کامیابی حاصل کی اگلے دس سال یہ طریقہ کافی مستعمل رہا اسے کالوٹائپ یا ٹال بوٹائپ کہتے تھے جان ڈبلیو ڈریپر نامی موجد نے 1840ء میں سب سے پہلے ایک انسانی چہرہ کا عکس اتارا پہلی تصویر اس نے اپنی بہن کی کھینچی اور اس کوشش میں پانچ منٹ صرف ہوئے فریڈرک اسکاٹ آرچر نے 1851ء میں ایک نیا طریقہ ایجاد کیا جو کولوڈین پروسس کے نام سے مشہور ہوا اس طریقہ سے فلموں کے ''پرنٹ'' یعنی کاپیاں بنانے میں آسانی ہوگئی۔

انیسویں صدی کے وسط سے بیسویں صدی کے اوائل تک فوٹو گرافی کے فن میں لاتعداد تجربے ہوئے اور ہر تجربہ کے بعد اس فن میں نکھار پیدا ہوا جیسے جیسے طباعت کے طریقوں میں عمدگی آنے لگی اور تصویروں کے ہاف ٹون بلاک بننے لگے اخبارات نے تصاویر کا زیادہ سے زیادہ استعمال شروع کیا تصویری صحافت عوام میں

مقبول ہونے لگی۔میکانیکی شٹر، یکسپوژر میٹر، فلاش بلب، اسٹروبوسکوپک لائٹ، ٹیلی سکوپ لینس، پیان کرومیٹک فلم جیسی ایجادات نے فوٹوگرافی کی دنیا میں انقلاب برپا کردیا فوٹوگرافی میں جرمن باشندوں نے تاریخی کارنامے انجام دیے رفتہ رفتہ ہر ملک میں فوٹوگرافی سے لامحدود استفادہ کیا گیا کیمرہ کی مدد سے تخلیقی کوششوں کا سلسلہ شروع ہوا با صلاحیت نامہ نگاروں اور فوٹوگرافی میں جدت طرازی کرنے والے پریس فوٹوگرافروں کی مشترکہ کوششوں سے مصوری صحافت کی نئی قدریں اجاگر ہونے لگیں۔

اخباری تصویر کی خصوصیات

اخبار میں شائع ہونے والی تصویر کی اولین خصوصیت یہ ہو کہ وہ ''بولتی ہوئی'' تصویر ہو۔تصویر دیکھتے ہی دیکھنے والے کو اس کی نوعیت کا پتہ چل جائے۔بعض تصویریں ایسی ہوتی ہیں جن کی وضاحت پڑھے بغیر بھی قارئین یا ناظرین بھانپ لیتے ہیں کہ تصویر کیا کہہ رہی ہے۔تصاویر ساکن تو ہوتی ہیں مگر اس قرینہ سے لی جائیں گویا وہ زبان حال سے کوئی داستان کہہ رہی ہیں۔تصویر دیکھ کر دیکھنے والے کے احساس میں کچھ نہ کچھ ہلچل مچے۔

تکنیکی اعتبار سے اخباری تصویر میں تین چیزوں کا ہونا ضروری ہے:

1 نقطہ ماسکہ یعنی فوکس (Focus) درست ہو، یاد رہے کہ نقطہ ماسکہ وہ نقطہ ہے جس پر وہ چیز جس کی تصویر لینی ہے ٹھیک آجائے تو تصویر صاف اور درست آتی

ہے۔

2تصویر میں سپید و سیاہ کا فرق ممتاز اور نمایاں ہو یعنی AmeleContrast ہو۔

3تصویر کی پرنٹ اخبار کے طریقہ طباعت میں استعمال کرنے کے لیے تکنیکی اعتبار سے کامل ہو،عموماً تصویر کا چمکدار (Glossy) ہونا ضروری ہے۔

کسی بھی اخباری تصویر کا ایک موضوع ضرور ہو۔ ہر تصویر میں وحدت،توازن، زور احساس، تناسب، جنبش اور موزونیت کا ہونا اہم ہے۔اخباری تصویر اصلی ہو۔ فوٹوگرافی کی ترکیبوں کی مدد سے جو ترمیم یا تنسیخ ہوسکتی ہے وہ اخباری تصویروں میں ہرگز نہ کی جائے۔کسی بھی واقعہ، حادثہ،موقعہ یا شخصیت کی تصویر ہو بہو پیش کی جائے۔تصویر میں ''موقلم کے لمس'' یعنی Touching کے ذریعہ کوئی تبدیلی نہ لائی جائے۔ٹرک فوٹوگرافی،(Trick Photography) کے کمالات سے کسی بھی اخباری تصویر میں ردو بدل کرنا غیر اخلاقی حرکت ہوگی۔ضرورت پڑے تو فوٹوگرافر تصویر لینے سے پہلے فرنیچر یا اشیاء کی ترتیب یا کھڑے رہنے یا بیٹھے رہنے جیسے معاملات میں خصوصی درخواست کرکے تبدیلی کرسکتا ہے مگر تصویر میں کسی فنی کمال یا فریب کے ذریعہ کسی بھی قسم کی بے ایمانی سے احتراز لازمی ہے۔ورنہ لوگ فوٹوگرافر اور اخبار پر کبھی اعتماد نہ کریں گے۔اس سلسلہ میں فوٹوگرافر اور فوٹو ایڈیٹر دونوں پوری دیانت داری سے کام لیں۔

زیادہ روشنی میں لی گئی تصویر بہت صاف اور روشن ہوتی ہیں اور طباعت میں بھی

ایسی تصاویر زیادہ واضح رہتی ہیں۔ آج کل ہر جگہ فلیش فوٹو گرافی (Flash Photography) کا رواج ہے۔ فلیش بلب کا استعمال کم ہونے لگا ہے۔ اور الیکٹرانک (Electronic) فلیش عام ہوگیا ہے تصویریں ایسی ہوں کہ لوگ کیمرہ کی طرف دیکھتے نہ ہوں۔ اخبار میں شائع ہونے والی تصویروں اور فوٹو اسٹوڈیو میں کیمرے کے سامنے بیٹھ کر لی گئی تصویروں میں امتیازی فرق ہونا ضروری ہے۔ اخباری تصویر میں ''حرکت'' یعنی Action لازمی ہے۔ انسانوں کی تصویریں قدرتی لگیں اور بناوٹ سے بالکل پاک ہوں۔

روزانہ اخبارات میں تصویر اشاعت کے لیے منتخب کرنے سے قبل مندرجہ ذیل باتوں کا یقین کرلیا جاتا ہے کہ:

1 تصویر میں کوئی نہ کوئی خبری پہلو ہو اور کچھ نہ کچھ موضوع ضرور موجود ہو۔

2 تصویر میں کسی ایسے عنصر کا ہونا ضروری ہے جس کی وضاحت تصویر کے نیچے مناسب الفاظ میں کی جائے۔

3 تصویر تازہ ہو اور جہاں تک ممکن ہو خصوصی زاویہ سے لی گئی ہو تاکہ دیگر ہمعصر اخبارات میں آنے والی تصویر سے ممتاز ہو۔

4 تصویر اس انداز سے لی گئی ہو کہ ضرورت پڑے تو وہ بڑی یعنی Enlarge کر لی جائے یا حسب ضرورت چھوٹی یعنی Reduce کرلی جائے۔

5 تصویر اس قدر مناسب ہو کہ متعلقہ خبر کے ساتھ میل کھائے یعنی جس امر کا خبر کے متن میں ذکر ہے اس کا اشارہ تصویر میں موجود ہو۔

فیچر کے ساتھ اشاعت کے لیے منتخب ہونے والی تصاویر میں یہ دیکھنا ضروری ہوتا ہے کہ وہ فیچر میں دی گئی تفصیلات سے کچھ نہ کچھ واسطہ رکھتی ہوں۔ بہت پرانی تصویریں فیچر میں گوارا ہو جاتی ہیں مگر خبروں کے ساتھ تازہ ترین تصویر کا ہونا ضروری ہے۔فیچر مضامین میں بعض اوقات الفاظ سے زیادہ تصاویر کی اہمیت ہوتی ہے۔کبھی کئی مختلف تصاویر کو یکجا کر کے شائع کیا جاتا ہے تا کہ اثر زیادہ گہرا ہو، اسے اخباری اصطلاح میں ''فوٹو مونٹیج'' (Photo-Montage) کہتے ہیں مثلاً یوم جمہوریہ کے جلوس کی کئی تصاویر ایک صفحہ پر ترتیب دی جاتی ہیں یا کسی بڑی ہستی کے انتقال پر اس کی زندگی کی جھلکیاں پیش کرنے کے لیے کئی اہم تصاویر ایک ہی صفحہ پر دی جاتی ہیں ایسے تصویری مجموعہ کو مہارت سے دلچسپ اور جاذب نظر بنایا جا سکتا ہے تہواروں کے موقعہ پر بھی ایسے تصویری مجموعے اچھے لگتے ہیں رسالوں میں مختلف سائزوں کی تصاویر کو کاٹ چھانٹ کر ایک گلدستہ کی شکل میں بھی چھاپتے ہیں۔روزنامہ اخبار میں وقت کی کمی کی وجہ سے ایسی تصویریں آرائش نہیں کی جاتی۔

کہا جاتا ہے کہ آنکھیں انسان کی روح کی کھڑکیاں ہیں تصویریں بھی ایک روحانی طمانیت کا بہترین وسیلہ ہیں تصاویر کی تزئین کے لیے مدیر معین رہتے ہیں جنہیں ''فوٹو ایڈیٹر'' (Photo Editor)، ''پکچر ایڈیٹر'' (Picture Editor) یا ''آرٹ ایڈیٹر'' (Art Editor) کہا جاتا ہے۔امریکہ کے مقبول ترین رسالوں لائف Life، لک Look، اور پریڈ Parade نے مصور صحافت کو مقبول بنانے میں نا قابل فراموش خدمات انجام دی ہیں۔ ہندوستان میں ٹائمز آف انڈیا ادارے

سے شائع ہونے والے ہفت روزہ مصور اخبار ''دی السٹرٹیڈ ویکلی آف انڈیا'' (The Illustrated Weekly of India) کی خدمات نا قابل فراموش ہیں۔ انگلستان میں ''پینی میگزین'' Penny Magazine نے 1830ء ہی سے تصویری صحافت کی دھوم مچا دی تھی 1842ء میں جاری ہونیوالے ''السٹرٹیڈ لندن نیوز'' Illustrated London News نے کافی شہرت اور مقبولیت حاصل کی۔ پیرس کے مصور رسالہ ''لا السٹریشن'' L' Illustration اور لیپزگ (جرمنی) کے ''السٹرائٹ زیتنگ'' Illustrize Zetung نے بھی اس میدان میں کامیابی کے پرچم لہرائے۔ نیو یارک سے 1873ء میں ایک روزنامہ بنام ''ڈیلی گرافک'' Daily Graphic شروع ہوا جس میں جرائم، حادثات اور شرمناک واقعات کے تصاویر کی بھرمار ہوتی تھی۔ اردو زبان کے اخبارات میں لیتھو طباعت پر انحصار کی وجہ مصور صحافت نے خاطر خواہ ترقی نہیں کی آفسیٹ طباعت اپنانے والے اردو اخبارات نے حتی المقدور تصویری صحافت پر توجہ دینی شروع کی ہے۔

سرخیاں اور وضاحت

عام طور سے ہر اخباری تصویر کا ایک ''اخباری زاویہ نگاہ'' (The Press View Point) ہوتا ہے ہر پریس فوٹو گرافر کا فرض ہے کہ وہ اپنے لیے ایک ''خصوصی اخباری زاویہ والی ذہنیت'' یعنی (Right Camera angle Mentality) منتخب کر کے اسے پروان چڑھائے۔ صرف تصویریں کھینچ لینے سے

ہی ذمہ داری پوری نہیں ہو جاتی۔ یہ یقین کر لینا بھی ضروری ہوتا ہے کہ تصویر میں خبری قدر، جدت اور مسائل حاضرہ سے قریبی تعلق یا انسانی دلچسپی موجود رہے۔

اکثر اخبارات تصویر کے اوپری حصہ میں ایک سرخی دیتے ہیں جسے ''اوور لائن'' (Over Line) کہتے ہیں تصویر کے نیچے جو وضاحت دی جاتی ہے اسے ''کٹ لائن'' (Cut Line) کہا جاتا ہے۔

تصویر کی سرخی لکھنا اخبار کی دیگر خبروں کی سرخی لکھنے کی طرح ایک تخلیقی فن ہے۔ اس سرخی کو لکھنے سے پہلے اخباری تصویر کی چوڑائی پر نظر رکھنی ضروری ہے، ویسے یہ بھی ضروری نہیں کہ تصویر تین کالم چوڑی ہو تو سرخی بھی تین کالم میں آئے۔ یہ دو کالم چوڑی تصویر کے لیے ایک مختصر سی سرخی بھی تحریر ہو سکتی ہے۔ بہر حال تصویر کی سرخی کا دلکش ہونا ضروری ہے۔ بعض مدیر سرخی ہی میں تصویر کی نوعیت کا اشارہ دینا پسند کرتے ہیں اور بعض کا خیال ہے کہ اگر سرخی ہی مکمل ہو جائے تو قارئین وضاحتی لائن بالکل نہیں پڑھیں گے، ویسے آج کل معیاری اخبارات میں تصویر کے اوپر کی سرخیوں کا رواج ختم ہوتا جا رہا ہے، تصویر کے نیچے دی جانے والی وضاحت کی بڑی اہمیت ہوتی ہے کیونکہ اس کے بغیر عام قاری تصویر کی تفصیل سمجھنے سے قاصر رہے گا۔ عام قاعدہ ہے کہ وضاحت دو سطروں سے زیادہ نہ ہو اور اگر بہت ضروری ہو تو تین سطروں کی اجازت ہے۔ اس سے زیادہ طویل وضاحت غیر ضروری اور بھدی قرار دی جاتی ہے۔ وضاحت بھی ایسے تحریر ہو کہ قاری تشنہ نہ رہے۔ جہاں تصویر میں نظر آنے والے افراد کا تعلق ہے ''دائیں سے بائیں'' یا ''بائیں سے دائیں'' لکھنا

ضروری ہے۔ اگر گروپ فوٹو میں قطاریں ہوں تو ''پہلی قطار''، ''دوسری قطار'' ضرور درج کیا جائے اور ہر ممکنہ کوشش کی جائے کہ وضاحت غلط نہ ہو۔

کھیل کود کی خبروں کے صفحات پر اکثر و بیشتر ''گروپ فوٹو'' دیے جاتے ہیں ٹیم والوں کا اصرار رہتا ہے کہ تمام کھلاڑیوں کے نام درج ہوں ماہر فوٹو ایڈیٹر گروپ فوٹو کی اشاعت ناپسند کرتے ہیں، مگر اسکولوں اور کالجوں کے طلبہ اور اساتذہ کی خواہش ہوتی ہے کہ ٹیم کے گروپ فوٹو اور تمام نام دیے جائیں۔ آفسیٹ طریقہ طباعت میں چونکہ تصاویر کی اشاعت زیادہ آسان ہے مدیران ایسی تصاویر کی ہمت افزائی کرنے لگے ہیں جو تصاویر سینڈیکیٹ اداروں یا پیشہ ور فوٹو ایجنسیوں سے ملتی ہیں ان کے ساتھ وضاحت بھی فراہم کی جاتی ہے۔ عموماً ایسی وضاحت انگریزی زبان ہی میں درج ہوتی ہے۔

چونکہ تصویر کے نیچے ہی وضاحت دی جاتی ہے اس لیے ''اوپر کی تصویر میں۔۔۔'' نہ لکھا جائے ''تصویر میں نظر آ رہا ہے۔۔۔'' ''یہ تصویر کل شام لی گئی۔۔۔۔'' جیسے غیر ضروری فقرے مت لکھے جائیں۔

کیمرہ صحافت کی اہم اور جدید معلومات

دیکھنے میں تو کیمرہ معمولی آلہ نظر آتا ہے مگر اس کی میکانکی تفصیل کافی پیچیدہ ہوتی ہے کیمرہ میں شیشہ یعنی لینس (Lens)، شٹر (Shutter)، پردہ یعنی ڈیافرام (Diapharagm) اور فلم لے جانے والے رولر یعنی فلم کیریئر (Film

(Carrier) بہت اہم ہیں۔عموماً کیمرے دو طرح کے ہوتے ہیں پہلا ''فکسڈ فوکس'' (Fixed-Focus) کہلاتا ہے جس میں نقطہ مرکز (ماسکہ) یعنی (Focus) مستقل ہوتا ہے اور دوسرا ''اڈجیسٹیبل'' (Adjustable) جس میں نقطہ مرکز میں حسب ضرورت تبدیلی کی جا سکتی ہے کچھ کیمرے ڈبے کی شکل میں ہوتے ہیں جنہیں ''باکس ٹائپ'' (Box-Type) کہتے ہیں کچھ ایسے کیمرے ہیں جنہیں موڑ کر رکھا جاتا ہے جنہیں ''فولڈنگ'' (Folding) کیمرہ کہتے ہیں کوڈک (Kadak) نامی عالمگیر شہرت والی کیمرہ بنانے والی کمپنی نے اب تک سینکڑوں نمونے کے کیمرے تیار کیے ہیں کیمرے بھی اپنی اپنی خصوصیات کی بناء پر مختلف ناموں سے پہچانے جاتے ہیں مثلاً Speedgraphic- Recomar, Reflex (Graflex)، Argus, Contax, Leica وغیرہ چھوٹے کیمرے کہلاتے ہیں سا کن تصویروں کے لیے ارزاں سے لے کر حد درجہ قیمتی کیمرے ملتے ہیں۔اخبارات کے لیے عموماً جدید تکنیک والے بہترین کیمرے منتخب کیے جاتے ہیں۔ایسے کیمرے زیادہ پسند کیے جاتے ہیں جو آسانی سے استعمال ہو سکیں، مضبوط ہوں، چھوٹے ہوں اور سہولت سے ایک جگہ سے دوسری جگہ لے جائے جا سکتے ہوں۔ کچھ کیمرے ایسے بھی ایجاد ہوئے ہیں جن میں آواز بالکل نہیں ہوتی۔ کیمروں کا سائز سکڑتے سکڑتے اتنا کم ہوگیا ہے کہ اب ایسے کیمرے بھی ملنے لگے ہیں جو سگریٹ لائٹر، دستی گھڑی، ٹائی پن یا بال پوائنٹ قلم میں سما جاتے ہیں شیشوں میں بھی کافی ترقی ہوئی ہے آج کل ''زوم'' (Zoom) لینس نامی شیشوں کا بہت

چرچا ہے جس سے فوٹو گرافی کی دنیا میں زبردست انقلاب آیا ہے بعض جدید کیمرے اتنے کارآمد ہیں کہ ایک یا دوکلومیٹر کی دوری سے بھی تصویر کھینچی جاسکتی ہے۔

بعض ماہرین کی رائے ہے کہ ہر نامہ نگار کوفن فوٹو گرافی کی بنیادی معلومات کا ہونا ضروری ہے۔نامہ نگار خودفوٹو گرافر بھی بنا رہے تو اخباری تصاویر کی اہمیت بڑھ جاتی ہے۔وہ زمانہ تقریباً ختم ہوگیا ہے جب پریس فوٹو گرافر اپنا کیمرہ لیے کسی بھی مجلس میں جاکرکوئی نہ کوئی تصویر کھینچ کرواپس چلا آتا تھا کہ اس کی ذمہ داری ختم ہو گئی۔آج اسے نئے زاویوں سے اخباری تصویریں حاصل کرنے کے لیے کافی دیر تک مصروف رہنا پڑتا ہے نامہ نگار کی طرح پریس فوٹو گرافر کو بھی ہر طرح کے ماحول سے مصالحت کرنی ہوتی ہے، وہ مسائل حاضرہ پر زیادہ توجہ دیتا ہے۔شخصیات اور معاملات کی بڑھتی یا گھٹتی ہوئی اہمیت سے وہ واقف رہتا ہے۔پریس فوٹو گرافی پر بھی کافی مستند کتابیں شائع ہو چکی ہیں کئی خصوصی کورس بھی ترتیب دیے گئے ہیں جہاں عملی تعلیم وتربیت کا اہتمام ہے۔فوٹو گرافی سے متعلق معلومات فراہم کرنے والے رسائل کی تعداد بڑھتی جارہی ہے۔تصویر کشی کے میدان میں حیرت افزا دریافتوں کا سلسلہ جاری ہے۔

بعض اخبارات نے یہ اصول اپنا رکھا ہے کہ ہر صفحہ پر کم از کم ایک تصویر کا اہتمام کرتے ہیں کوئی بھی صفحہ صرف الفاظ سے بھرا رہے تو آنکھوں کو بھلا نہیں لگتا۔ ہندوستانی اخبارات میں تصویروں کی اہمیت اور مقبولیت روز بہ روز بڑھتی جارہی

ہے۔

اخباری تصاویر کی ترسیل میں آج کل برق رفتاری آ گئی ہے۔ بیشتر اہم تصاویر برقیاتی شعاعوں کی مدد سے آن کی آن میں ایک شہر سے دوسرے شہر پہنچائی جا رہی ہیں، انہیں ''ریڈیو فوٹو'' (Radio Photo) یا ''وائر فوٹو'' (Wire Photo) کہتے ہیں۔ لندن، نیو یارک، واشنگٹن، ٹوکیو جیسے دور دراز مقامات سے لمحات میں اخباری تصویریں مل جاتی ہیں۔ نئی دہلی اور بمبئی جیسے اہم مقامات پر ایسی تصویروں کی ترسیل کی کئی جدید سہولتیں دی گئی ہیں مصنوعی سیاروں (Satellites) سے لی جانے والی تصاویر بھی اخبارات کے استعمال کے لیے فراہم کی جانے لگی ہیں۔

☆☆☆☆☆☆☆

باب 18

اخبار کا انتظامی ڈھانچہ

اخبارات و رسائل بنیادی طور پر نفع کمانے کی غرض سے شائع ہوتے ہیں۔ بازار میں ہر اخبار کو اپنے ہمعصر جرائد سے تجارتی مقابلہ کا سامنا رہتا ہے۔ بہتر انتظام کے بغیر حسابات کی کتابوں میں زیادہ منافع نظر نہیں آئے گا۔ سال کے آخر میں بجائے نفع کے نقصان کی صورت نظر آئے تو مالکان ہی کے لیے تشویش نہیں بلکہ عملہ کے اراکین کو بھی خطرہ کی گھنٹی بجتی نظر آتی ہے۔ ایک زمانہ ایسا بھی تھا کہ نقصان کی پرواہ نہیں کی جاتی تھی۔ اخبار کبھی ذوق کی تسکین کی خاطر شائع ہوتا تھا تو کبھی کسی تحریک کی حمایت کے لیے، کبھی قومی خدمت کی سرشاری میں اخبار چلایا جاتا تھا تو کبھی سماج میں باوقار مقام حاصل کرنے کی نیت سے اخبار کی ملکیت حاصل کی جاتی تھی۔ اب حالات میں تبدیلی آ گئی ہے۔ سماجی خدمت گذاری کا ڈھنڈورہ تو پیٹا جاتا ہے مگر تقریباً ہر اخبار کسی نہ کسی طرح ایک منافع بخش تجارت کی طرح چلایا جاتا ہے، پہلے پہل اخراجات بھی کم ہوتے تھے اور بہت سے امیر لوگ معمولی نقصان برداشت کرتے ہوئے بھی اخبار یا رسالہ کی اشاعت جاری رکھنا چاہتے تھے آج کل اخبار کی تیاری کی لاگت میں مسلسل اضافہ ہو رہا ہے۔ صحافت کو تجارت کی حیثیت سے ہی جاری رکھنے میں عافیت نظر آ رہی ہے۔

کسی بھی تجارت کو کامیاب بنانے کے لیے آج کل عمدہ، جدید اور تربیت یافتہ انتظامیہ کو بڑی اہمیت بخشی جا رہی ہے۔ بڑی تجارتی فرموں کو سنبھالنے کے لیے تجربہ کار منتظمین کے بجائے ایسے افراد کو ترجیح دی جا رہی ہے جو ''تجارتی انتظام'' Business Administration یا Business Management میں تربیت حاصل کر کے کوئی بھی تجارت نئی طرز کے ساتھ، نئے اصولوں پر کاربند ہو کر چلانے کی مہارت رکھتے ہیں تجارتی انتظامیہ آج کل ایک باضابطہ شعبہ حیات ہے اور اس شعبہ عمل میں کافی تحقیقی کام ہوا ہے۔ کئی اصول سائنسی بنیادوں پر وضع ہوئے ہیں ہر تجارتی سرگرمی کے لیے ایک جدید تکنیک اپنائی جاتی ہے جہاں دیگر صنعتوں کے لیے ماہر منتظمین کی خدمات حاصل کی جا رہی ہیں وہاں اخبارات کے لیے بھی تجربہ کار، جدت طراز، توسیع پسند اور بلند نظر تربیت یافتہ منتظمین کو ترجیح دی جا رہی ہے۔

عام طور سے بڑی صنعتوں کے انتظامی ڈھانچے تین طرح کے ہوتے ہیں۔

1 ''فوجی طرز کا ڈھانچہ'' Military Type جس میں اہرامی شکل ہوتی ہے یعنی سب سے اوپر ایک اعلیٰ ترین افسر ہوتا ہے جس کے ماتحت دو یا تین افسر پھر ان کے ماتحت چھ یا آٹھ اور ان کے ماتحت بیس یا پچیس اس طرح چوٹی سے اتر کر سطح تک کام کرنے والوں کی تعداد میں برابر اضافہ ہوتا جاتا ہے۔

2 ''کارگر ڈھانچہ'' Fundtional Type جس میں ہر کام کسی نہ کسی خاص فرد کو تفویض کر دیا جاتا ہے، ہر کام کی ذمہ داری بھی مکمل طور پر کسی نہ کسی کو سونپ دی

جاتی ہے۔وہ اپنے ماتحتوں کی کارکردگیوں پر نظر رکھ کر کام کے تسلسل کا تیقن کرتا رہتا ہے۔

3 عملہ اور سلسلہ وار ڈھانچہ The Staff and Line Organisation

یہ پہلے اور دوسرے قسم کے ڈھانچوں کا حسین امتزاج ہے یعنی فوجی طرز کے ڈھانچہ کی بھی خصوصیات ہیں اور کارگر ڈھانچہ کی بھی عموماً اخبارات میں تیسری قسم یعنی ''عملہ اور سلسلہ وار ڈھانچہ'' کو اپنایا جاتا ہے یعنی انتظامیہ میں ''درجہ بدرجہ'' انتظامی کنٹرول جاری رہتا ہے۔ ہر سطح پر ہدایات بھی جاری ہوتی رہتی ہیں اور معاملات پر سختی سے قابو بھی برقرار رکھا جاتا ہے۔عملہ میں سب سے اوپر ''جنرل مینجر'' کا عہدہ ہوتا ہے۔بعض اخبارات میں ''ناشر'' یا ''مالک اخبار'' خود اہم ترین عہدہ سنبھالتا ہے جنرل مینجر کے تحت ''اڈورٹائزنگ مینجر''، ''سرکولیشن مینجر'' اور ''اکاونٹس افسر'' کام کرتے ہیں جہاں کسی پالیسی کا تعین کرنا ضروری ہوتیا ہے وہاں انتظامیہ کے جملہ مینجروں کو مدعو کیا جاتا ہے تاکہ وہ اپنا اپنا نظریہ پیش کریں جب سرکولیشن سے متعلق کوئی فیصلہ کرنا ہوتا ہے تو سرکولیشن شعبہ میں کام کرنے والے جملہ افسروں یا اہم کارکنوں کو مجتمع کیا جاتا ہے اور ان کی رائے طلب کی جاتی ہے۔ صلاح ومشورہ کو وقعت دی جاتی ہے۔کسی بھی آخری فیصلہ پر پہنچنے سے پہلے متعلقہ شعبہ جات کے افسروں کے رجحان کا جائزہ ضروری سمجھا جاتا ہے۔عملہ ادارت میں بھی اسی طرح کے انتظامیہ طریقہ کار کو فوقیت دی جاتی ہے۔اہم معاملات میں اخبار کے ناشر یا مالک کی رائے کا بھی احترام کیا جاتا ہے۔اختلاف رائے کی صورت میں بحث و

مباحثہ کے بعد باہمی مفاہمت کی کوشش کی جاتی ہے اور پالیسی ترتیب دی جاتی ہے۔ کسی بھی اچھے اخبار کے دفتر میں انتظامی افسروں اور جملہ کارکنوں کے درمیان سوجھ بوجھ اور اشتراک عمل کے رویہ کی بہت ضرورت ہوتی ہے۔

اخبار چھوٹا ہو یا درمیانی یا بڑا، ہر اخبار کا انتظامی ڈھانچہ جدا ہوتا ہے۔ دنیا میں آج تک کوئی دو اخبار ایسے نہیں ہوئے جن کا انتظامی ڈھانچہ یکساں رہا ہو۔ ہر ملک اور ہر زبان کے اخبارات کی ضروریات الگ ہوتی ہیں۔ سرمایہ کے حساب سے بھی اخبار کے انتظامی ڈھانچہ میں کئی طرح کے فرق آتے ہیں ہر اخبار کا ایک علیحدہ معیار ہوتا ہے اکثر و بیشتر انتظامی امور پر سیاسی، اقتصادی، عمرانی حالات بھی اثر انداز ہوتے ہیں۔

قارئین کی خواہش صرف یہی ہوتی ہے کہ ہر صبح اخبار معینہ وقت پر بلا ناغہ انہیں مل جائے۔ وہ اخبار کے مسائل پر غور و فکر کے عادی نہیں ہیں۔ وہ سمجھتے ہیں کہ اخبار کا انتظامی شعبہ ٹھیک ٹھاک ہے تو انہیں وقت پر اخبار دستیاب ہو جائے گا۔

عصری زندگی میں ہر صنعت و حرفت کا دارومدار زیادہ تر سرمایہ پر ہے جب تک روپیہ نہیں لگتا اور اس روپیہ کا مناسب و معقول استعمال نہیں ہوتا کوئی تجارت کامیاب یا منافع بخش ثابت نہیں ہوتی۔ جب تک ضروری سرمایہ پاس نہیں ہوتا کسی تجارت کو شروع کرنا نادانی ہے۔ مستقل اور مسلسل اخراجات کا صحیح اندازہ لگا کر مطلوبہ سرمایہ کی فراہمی کے بعد ہی صنعت کا آغاز کیا جائے۔ جھوٹی امیدوں اور غلط اندازوں کے ساتھ شروع کی گئی صنعت جلد ایسے مسائل میں دھنس جائے گی جس

سے چھٹکارا پانا بہت مشکل ہوگا۔

آج کل یہ باور کیا جاتا ہے کہ ہر بڑی صنعت یا تجارت قرضہ پر لیے گئے سرمایہ پر منحصر ہوتی ہے تجارتی نقطہ نظر سے قرضہ لے کر کسی اخبار کی اشاعت کا بیڑہ اٹھانے کی کوئی ممانعت نہیں ہے مگر یہ یقین کر لینا بہت ضروری ہوتا ہے کہ درمیان میں سرمایہ کی کمی کی وجہ سے کوئی الجھن یا پریشانی نہ ہو۔ درمیان میں ضرورت پڑنے پر ضروری سرمایہ کا فوری انتظام ہونا ضروری ہے۔ عین وقت پر زحمت اٹھانے یا پشیمان ہونے سے بہتر ہے کہ سرمایہ سے متعلق تمام پہلوؤں کا پیشگی جائزہ لے لیا جائے اور مناسب ترین اہتمام مکمل کر لیا جائے اخبار چھوٹا ہو یا بڑا مالی مسائل سے ہمیشہ دوچار رہتا ہے دانائی اسی میں ہے کہ ہر مالی مسئلہ کو نبٹانے کا معقول وسیلہ پہلے ہی سے طے رہے۔

کوئی اخبار کسی واحد فرد کی ملکیت ہوتا ہے تو کوئی اخبار کئی افراد کے اشتراک سے چلتا ہے یعنی متعدد حصہ دار یا پارٹنرز Partners ہوتے ہیں بڑے اخبارات کی ملکیت کمپنیوں کی ہوتی ہے کمپنیوں میں متعدد اور مختلف افراد کے حصص یعنی شیرز Shares ہوا کرتے ہیں بعض کمپنیاں ''پرائیویٹ لمیٹڈ'' Private Limited کہلاتی ہیں اور بعض ''لمیٹڈ'' Limited یعنی جس میں حصہ داروں کی ذمہ داریاں ''محدود'' ہوتی ہیں بعض اخبارات ''ٹرسٹ'' یا ''اوقاف'' کی ملکیت ہوتے ہیں۔ بعض اخبارات سیاسی جماعتوں کی جانب سے چلائے جاتے ہیں چند ایک مشہور اخبار ایسے ہیں جن کی ملکیت صرف ایک خاندان کے افراد پر مشتمل ہے کچھ اخبار

امدادباہمی اداروں کی ملکیت ہیں۔اخبار کی ادارتی پالیسی کا انحصار زیادہ تر اخبار کی ملکیت پر ہوتا ہے۔

اگر اخبار چھوٹا ہو اور ایک ہی فرد کی ملکیت ہو تو انتظامی مسائل کی بہتات نہیں ہوتی ناشر یا مالک اپنی مرضی سے یا انفرادی کوشش سے چھوٹے موٹے مسائل کا قابل عمل حل خود ہی ڈھونڈ لیتا ہے۔اخبار جتنا بڑا ہوتا ہے مسائل بھی اتنے ہی وسیع اور پیچیدہ ہوتے ہیں۔

اخباری انتظام کے ماہرین کی رائے ہے کہ اخبار کا دفتر جہاں تک ہو سکے اخبار کی اپنی ملکیت ہو۔کرایہ پر لی گئی عمارتوں سے ہمیشہ کوئی نہ کوئی خدشہ رہتا ہے۔مالک مکان بار بار کرایہ بڑھانے کا تقاضہ کرے گا یا عمارت خالی کرنے کا مطالبہ شروع کر دے گا کسی نئی مشینری کی تنصیب کے لیے عمارتی ڈھانچہ میں کچھ چھوٹی موٹی تبدیلی کی ضرورت پڑے گی تو مالک مکان آسانی سے اور خوشی سے اجازت نہ دے گا اخبار کے دفتر کا شہر کے وسط میں ہونا بہت ضروری ہے اخبار طبع ہوتے ہی ریلوے اسٹیشن،بس اڈے یا طیران گاہ پہنچانا ہوتا ہے۔اگر اخبار کا دفتر شہر سے کافی دور ہو تو آمد و رفت کے مسائل بڑھ جائیں گے شہر کی کسی مرکزی شاہراہ پر اخبار کے دفتر کا ہونا خود اخبار کا جیتا جاگتا اشتہار ہو گا۔عوام کی نظروں میں اپنے محبوب اخبار کا دفتر ہو گا تو وہ مطمئن بھی رہیں گے اور وقت ضرورت خبریں یا خطوط یا اشتہارات پہنچانے میں انہیں زیادہ سہولت رہے گی اخبار کے دفتر کا خوبصورت ہونا بھی ضروری ہے اکثر بڑے اخبارات کے دفاتر شہر کے اہم ترین علاقوں میں پائے جاتے ہیں

اور ان کی عمارتیں بھی دلکش ہوتی ہیں۔ چھوٹے اخبارات بھی اپنے دفاتر قدرے وسطی مقام پر قائم کریں اور انہیں پاک صاف رکھنے کا خصوصی اہتمام کریں۔ جو لوگ کسی بھی بہانے اخبار کے دفتر میں آئیں وہ ایک خوشگوار اثر لے کر جائیں اگر اخبار کا دفتر مرکزی مقام پر ہو گا تو حادثات کی خبروں کے اشارے جلد از جلد مل سکیں گے۔

کسی بھی اوسط اخبار کے تین شعبے ہوتے ہیں۔

سر رشتہ	عہدہ	عام فرائض
انتظامی	ناشر / مالک	اخبار کی پالیسی وضع کرنا، انتظامیہ کی عمومی نگرانی
	جنرل مینجر	
(یا ناظم اعلیٰ)	اخبار کے تمام شعبوں کی دیکھ بھال	
	آڈیٹر (یا محاسب)	حساب و کتاب، تمام جمع و خرچ کے بہی کھاتوں کی سختی سے جانچ
	کیشئر	
(خزانچی)	روپے پیسے کی وصولی اور اجرائی، بینک کے حساب و کتاب کے ریکارڈوں کی ذمہ داری	

	پرچیزنگ ایجنٹ	
(ناظم خریداری)	اخبار کے دفتر میں استعمال ہونے والی جملہ اشیاء کی خریداری اور فراہمی مثلاً اخباری کاغذ، سیاہی، اسٹیشنری، پٹرول، ڈیزل وغیرہ	
عملہ ادارت	چیف ایڈیٹر	
(مدیر اعلیٰ)	ادارت کی جملہ ذمہ داریاں، نائب مدیران کو ہدایات، ادارتی پالیسی پر عمل درآمد، ایڈیٹوریل کانفرنس کی صدارت یا اداریہ نگاری، اخبار کی ادارتی عمدگی کے لیے ہر ممکنہ سعی	
	مینجنگ ایڈیٹر	

(انتظامی مدیر(	خبروں اور مینجروں کی فراہمی کے جملہ انتظامات کی نگرانی،تمام شعبوں کے درمیان باہمی تعاون کی کوشش	
	نائٹ ایڈیٹر	شب میں نکلنے والے آخری ایڈیشنوں کی تیاری کی خصوصی نگرانی،تاخیر سے نکلنے والے ایڈیشنوں کے میک اپ کی ذمہ داری
	نیوز ایڈیٹر	اخبار کے دفتر میں آنے والی تمام خبروں کا مطالعہ،انتخاب،ترمیم، ترتیب،تدوین،دیگر نائب مدیروں کی کارکردگیوں کی نگرانی

	ٹیلی گراف ایڈیٹر	ملک کے مختلف مقامات سے بذریعہ تار برقی یا ٹیلی پرنٹر یا ٹیلیکس آنے والی خبروں کی ادارت، انتخاب، سرخی نویسی، نگرانی وغیرہ
	اسٹیٹ ایڈیٹر	
(ریاستی مدیر)	متعلقہ ریاست یا صوبہ یا علاقہ کی خبروں کا مطالعہ، انتخاب، ترتیب، ماتحت نائب مدیران کی کارکردگیوں کی نگہداشت	
	مدیر ادبی ایڈیشن	افسانے، کہانیاں، غزلیں، چٹکلے، تبصرے، مقالے وغیرہ ادبی مواد کی ترتیب
	مدیر فلمی ایڈیشن	

(فلم ایڈیٹر)	فلمی خبروں، فلمی ستاروں کی تصاویر، فلمی تبصروں، سوال و جواب وغیرہ کی ترتیب	
	مدیر دینی ایڈیشن	
(مذہبی ایڈیٹر)	مذہب سے متعلق موصولہ مواد کا مطالعہ، مذہبی مضامین وغیرہ کی ترتیب	
	آرٹ ایڈیٹر	
(مدیر تزئین / تزئین کار)	تصاویر، نقشہ جات، کارٹون، کامک وغیرہ جملہ غیر لفظی مواد کی ذمہ داری	
	سپورٹس ایڈیٹر	کھیل کود سے متعلق تمام خبریں، رائیں اور تصویروں کی ترتیب
	فائنانشیل ایڈیٹر	

(مدیر مالیات)	مالی مسائل، سرمایہ، صنعت وحرفت، بازار کے نرخ وغیرہ سے متعلق جملہ معاملات کی خبروں کی ترتیب	
	سوسائٹی ایڈیٹر	سماجی تقریبات وغیرہ کی خبروں کی ذمہ داری
	خصوصی مدیر	(مختلف عہدوں کے ساتھ) کسی خاص شعبہ کی دیکھ بھال مثلاً مدیر ''بچوں کا صفحہ'' مدیر ''صفحہ نسواں'' مدیر ''صفحہ قانون''
	لائبریرین	اخبار میں موجود کتب خانہ کا انتظام، تمام اخبارات، رسائل اور تراشوں کی جدید طریقہ پر ترتیب، تمام ملنے والے مواد کی فہرستوں کی تیاری، حوالہ جاتی مواد کی صحیح ترتیب وغیرہ۔

تجارتی شعبہ:

کسی بھی اخباری دفتر میں تین اہم شعبوں کو عرف عام میں ''فرنٹ شاپ'' Front Shop، ''مڈل شاپ'' Middle Shop اور ''بیک شاپ'' Back Shop کہا جاتا ہے۔ ''فرنٹ شاپ'' یعنی سامنے کا حصہ تجارتی شعبہ ہوتا ہے کیونکہ یہاں تجارتی لین دین کی سہولت رہتی ہے اخبار کی خریداری کی رقم جمع کرنے والے، اشتہارات دینے والے، ایجنٹ حضرات وغیرہ وہاں آتے جاتے رہتے ہیں گویا یہ ایک دکان ہے جہاں گاہکوں کا آنا جانا ضروری ہے عملہ ادارت جہاں مصروف رہتا ہے اسے ''درمیانی'' جگہ دی جاتی ہے اس حصہ میں ملاقاتیوں کی ہمت افزائی نہیں کی جاتی ادارت میں مصروف صحافی یار دوستوں کے ساتھ گپ شپ میں مصروف نہیں رہ سکتے۔ اخبار کے مدیر یا نائب مدیر اپنا کام آزادی کے ساتھ کرنا پسند کرتے ہیں۔ شعبہ ادارت میں وقت کی بہت اہمیت رہتی ہے۔ دوست واحباب کی آمد و رفت یا گفت وشنید میں ''خوش آمدید'' کی تختیاں لگی رہتی ہیں اور شعبہ ادارت میں عموماً ''بغیر اجازت اندر آنا منع ہے'' کی تختیاں نمایاں رہتی ہیں۔ جہاں طباعت کا انتظام رہتا ہے اسے ''پیچھے'' ہی رکھا جاتا ہے اور وہاں بھی بیرونی اصحاب کے داخلہ کی سخت ممانعت رہتی ہے کیونکہ وہاں ہونے والے کام میں ملاقاتیوں کی وجہ سے خلل پڑسکتا ہے۔

اخبار میں کام کرنے والے تمام افراد کو عمومی ہدایت رہتی ہے کہ وہ دفتر کے اوقات میں اپنے مہمانوں کی ہمت افزائی نہ کریں یہ ایک عالمگیر روایت ہے کہ

جہاں تک ہو سکے اخبار کے دفتر میں اور خصوصاً شعبہ ادارت میں راز داری برتی جاتی ہے بڑے اخبارات کے دفاتر میں بھی طلبہ کی جماعتیں اخبار کی تیاری وغیرہ کا مشاہدہ کرنے کی غرض سے آتی ہیں تو ان پر زیادہ توجہ طباعت کے شعبہ میں دی جاتی ہے۔

تجارتی شعبہ میں بھی ہدایت رہتی ہے کہ آنے جانے والوں کا پرتپاک خیر مقدم ہو مگر کام سے کام رکھا جائے غیر ضروری گفتگو میں وقت ضائع نہ ہو اور اپنے ذاتی دوستوں کے ساتھ وقت گزارنے سے احتراز کیا جائے تجارتی شعبہ میں ایک محکمہ ایسا ہوتا ہے جہاں عمومی معاملات کا انتظام ہوتا ہے جسے ''جنرل آفس'' General Office کہتے ہیں۔ یہاں مالی امور، خریداری اور حساب و کتاب کا انتظام حسب دستور ہوتا ہے۔سرکولیشن کا شعبہ آزادانہ طور پر کام کرتا ہے۔شعبہ اشتہارات بھی مکمل آزادی کے ساتھ اپنی ذمہ داری نبھاتا ہے۔

چھوٹے اخبارات میں شعبہ اشتہارات مختصر ہوتا ہے مگر بڑے اخبارات میں اس کی تقسیم وسیع ہوتی ہے۔مثلاً مقامی اشتہارات کے لیے علیحدہ شعبہ اور قومی اشتہارات کے لیے علیحدہ شعبہ ہوتا ہے بعض بڑے اخبارات میں ''ترتیمی'' Classified یعنی مختصر اشتہارات کے لیے الگ شعبہ اور ''نمایاں'' Display اشتہارات کا الگ شعبہ ہوتا ہے بہت بڑے اخبارات کے دفاتر میں ترتیمی اشتہارات کے لیے بھی علیحدہ کاؤنٹر بنے ہوتے ہیں مثلاً بزنس، شادی، تعلیم، ہراج، ٹینڈر وغیرہ۔ اشتہارات کے جملہ امور کی ذمہ داری ''ناظم اشتہارات''

(اڈورٹائزنگ مینجر) Advertising Manager کی ہوتی ہے اشتہاری ایجنسیوں سے بھی یہی روابط قائم رکھتا ہے اس کے ماتحت متعدد مینجر یا کلرک ہوتے ہیں ترتیبی اشتہارات کے امور کی ذمہ داری ''ناظم ترتیبی اشتہارات'' Classified Manager ہیں جنہیں ''کینویسر'' Canavasser کہا جاتا ہے جو گھوم پھر کر اخبار کے لیے اشتہارات جمع کرتے ہیں انہیں باقاعدہ تنخواہ بھی دی جا سکتی ہے یا طے شدہ کمیشن پر بھی ان کی خدمات حاصل کی جا سکتی ہیں چھوٹے اخبارات میں ایسے اشتہار جمع کرنے والوں کی ہمت افزائی ضروری ہے۔

سرکولیشن شعبہ میں عموماً مندرجہ ذیل عملہ مقرر رہتا ہے۔

عہدہ	ذمہ داری
سرکولیشن مینجر	اخبارات کی تقسیم اور حسابات کی دیکھ بھال
سٹی سرکولیشن مینجر	شہر میں اخبارات کی بروقت تقسیم کی مکمل ذمہ داری
مفصل سرکولیشن مینجر	بیرون شہر مقامات کے لیے اخبارات کی روانگی کے انتظامات کی نگرانی
سرکولیشن پروموشن مینجر	تعداد اشاعت بڑھانے کے طریقوں پر عمل درآمد
میل روم سپرنٹنڈنٹ	بذریعہ ڈاک انفرادی خریداروں کو اخبارات بھیجنے کی نگرانی

تکنیکی صیغہ

''شعبہ طباعت'' یا تکنیکی صیغہ اخبار کی طباعت کا مکمل طور پر ذمہ دار ہے اس شعبہ کا انتظامی ڈھانچہ اخبار کے طریقہ طباعت پر منحصر ہوتا ہے۔

اگر اخبار ٹائپ اور روٹاری پریس کے ذریعہ تیار ہوتا ہے تو وہاں فورمین کمپوزنگ روم، فورمین اسٹیریوٹائپنگ روم، فورمین اینگریونگ روم، فورمین پریس روم جیسے ذمہ دار افسروں کے ذمہ مختلف تکنیکی کام ہوتے ہیں۔

جہاں اخبار بذریعہ لیتھوگرافی ہوتا ہے وہاں کتابت کی ذمہ داری ایک ''ہیڈ کاتب'' کو دی جاتی ہے جو کاتبوں کے کام کی نگرانی کرتا ہے اور کتابت کا حساب کتاب رکھتا ہے طباعت کے شعبہ میں لیتھوگرافک مشین پر کام کرنے والے فورمین (مستری) پریس مین اور میکانک ہوتے ہیں۔ برقی مرمت وغیرہ کے لیے'' الیکٹریشن'' Electriction کا بھی انتظام رہتا ہے چھوٹے موٹے کاموں کے لیے اسسٹنٹ یا ہیلپر متعین رہتے ہیں۔

آفسیٹ مشین پر طباعت کا انتظام ہوتو آفسیٹ کی ضروریات کی مناسبت سے پلیٹ میکر، آرٹسٹ اور پریس آپریٹر متعین ہوتے ہیں۔ چھوٹی آفسیٹ مشین پر دو تین آدمی کام کرتے ہیں۔ بڑی مشینوں پر کام کرنے والوں کی تعداد مشین کے سائز کی مناسبت سے بڑھتی جاتی ہے۔ آفسٹ مشین بھی کئی طرح کی ہوتی ہیں۔ ایک Sheet-Fed کہلاتی ہے جس میں کاغذ کی شیٹوں کے ذریعہ طباعت ہوتی ہے دوسری قسم Web Offset کہلاتی ہے جس میں اخبار کا غذ یعنی نیوز پرنٹ کے رول سے

کام چلتا ہے جرمنی، اٹلی، امریکہ، تائیوان وغیرہ ممالک میں بننے والی مشینوں کے علاوہ خود ہندوستان میں کئی طرح کی آفسیٹ مشینیں بن رہی ہیں۔ رنگین آفسیٹ طباعت کے لیے خصوصی ماہرین سے بھی مشورہ لیا جاتا ہے۔ چونکہ جدید آفسیٹ مشینیں کافی قیمتی ہیں۔ اس لیے ان کی وقتاً فوقتاً دیکھ بھال کے لیے ایسے میکانیکل انجینئر بھی کل وقتی یا جز وقتی سطح پر مقرر ہوتے ہیں جو آفسیٹ مشینوں کے کل پرزوں سے اچھی طرح واقف رہتے ہیں ہر طرح سے یہ اطمینان کر لیا جاتا ہے کہ مشین میں کسی خرابی کی وجہ سے طباعت کے کام میں رکاوٹ یا غیر معمولی تاخیر نہ ہو۔ جہاں فوٹو کمپوزنگ کا اہتمام ہے وہاں فوٹو کمپوزنگ کے آلات علیحدہ کمرے میں رکھے جاتے ہیں اور تربیت یافتہ افراد کو متعلقہ تکنیکی ذمہ داریاں سونپی جاتی ہیں۔

تقریباً ہر شعبہ میں چھوٹے موٹے کاموں کے لیے لڑکوں کو رکھا جاتا ہے تکنیکی شعبہ میں کاغذ، سیاہی وغیرہ کے گودام کے لیے ایک ''اسٹور کیپر'' متعین رہتا ہے تجارتی شعبہ میں ٹائپسٹ، زیراکس آپریٹر جیسے لوگ بھی ضرور ہوتے ہیں شعبہ ادارت میں ایک میز سے دوسری میز تک کاغذات لے جانے کے لیے لڑکوں یا لڑکیوں کو مقرر کیا جاتا ہے رات کی شفٹ میں کام کرنے والے افراد کے لیے عموماً موٹر وین کا اہتمام ضروری ہے جس کی دیکھ بھال کے لیے بھی علیحدہ افسر یا سپروائزر متعین رہتے ہیں۔

چھوٹے اخبارات میں ضرورت کے مطابق دو تین کام ایک ہی فرد کے ذمہ ہوتے ہیں مثلاً اشتہارات اور سرکولیشن کی ذمہ داری ایک شخص سنبھال لیتا ہے ہفت

روزنامہ اخبارات میں زیادہ عملہ نہیں ہوتا۔ جس اخبار کی طباعت کسی دوسرے بڑے پریس میں کروانے کا انتظام ہوتا ہے وہاں بھی کم کارکنوں سے کام چل جاتا ہے۔ بہر حال ہر اخبار کی انتظامی ضروریات ایک دوسرے سے جدا ہوتی ہیں۔

عام انتظامی مسائل

دنیا میں کوئی ایسا انتظامیہ نہیں ہے جو مسائل سے دوچار نہیں ہے جہاں بھی افراد برسرِ عمل ہیں وہاں مسائل ضرور ابھرتے ہیں اخبار چھوٹا ہو یا بڑا مسائل کا سامنا کیے بغیر نہیں رہ سکتا اور یہ مسائل بھی یکساں نہیں ہوتے۔ ہر ملک کے مسائل جدا ہیں ہر زبان کے مسائل اپنی نوعیت کے آپ ہیں مسائل اخبار کے تینوں شعبوں میں پیدا ہوتے ہیں۔

آج کل کسی بھی صنعت میں سب سے بڑا مسئلہ کاریگروں اور مالکان میں باہمی تعاون کا ہے حالیہ تاریخ سے پتہ چلتا ہے کہ کئی اخبار صرف مالکان اور عملہ کے جھگڑوں کی وجہ سے بند ہو گئے یا مہینوں تک بند رہے۔ مزدور مسئلہ ہمارے ملک کا اکثر و بیشتر مالی معاملات پر ہی پیدا ہوتا ہے۔ تنخواہ، بونس اور دیگر مالیاتی امور ہی جھگڑوں کی بنیاد ہوتے ہیں۔ لیبر قوانین واضح ہیں مگر اختلافات کی لہر ہمیشہ چلتی رہتی ہے۔ کبھی عملہ مالکان پر الزام دھرتا ہے اور کبھی مالکان عملہ کے عدم تعاون کی شکایت کرتے ہیں معاملات کبھی کبھی ایسے سنگین ہو جاتے ہیں کہ عدالتی کارروائی تک کی نوبت آجاتی ہے صحافیوں کی علیحدہ انجمنیں ہیں اور دیگر کام کرنیوالے اپنے

اپنے پیشہ وارانہ اداروں سے متعلق ہیں ہر بڑی مزدور انجمن کسی نہ کسی بڑی سیاسی جماعت کے زیر اثر رہتی ہے جہاں ہڑتال یا تالہ بندی کی صورت پیدا ہوتی ہے وہاں خارجی طاقتیں بھی اپنا زور دکھاتی ہیں ضرورت ہے کہ مالکوں اور ملازمین میں خوشگوار تعلقات قائم رہیں۔

اخبار کاغذ کی بروقت فراہمی ایک اہم مسئلہ ہے حکومت کی جانب سے پالیسی وقتاً فوقتاً بدلتی رہتی ہے عام خریدار اخبارات کے مالکوں کے مسائل سے کوئی سروکار نہیں رکھتا قاری صرف باقاعدہ اخبار کی فراہمی کا خواہاں رہتا ہے منتظمین کا فرض ہے کہ وہ اپنے مسائل خاموشی سے حل کرلیں اوران کا چرچا نہ کریں خریدار ایسے اخبار کی سرپرستی سے عموماً کنارہ کشی اختیار کرلیتے ہیں جو باقاعدگی سے نہیں شائع ہوتا۔

بجلی کی فراہمی بھی آج کل ایک بڑا مسئلہ بنی ہوئی ہے بجلی فیل ہونے کی وجہ سے اخبارات کی طباعت میں رکاوٹ یا تاخیر کا بہانہ کبھی کبھار خریدار گوارا کرلیتے ہیں مگر یہی بہانہ بار بار کیا جائے تو ناگوار گذرے گا۔ بڑے اخبارات اپنے ہاں ''جنریٹر'' Generator کا انتظام کرکے اخبارات کی طباعت بروقت کرلیتے ہیں۔

بڑے اخبارات عموماً ایک ساتھ کئی اخبار اور رسائل اس لیے شائع کرتے ہیں کہ انہیں مجموعی طور پر اخراجات میں کمی ہو اگر صبح کے اخبار کے ساتھ شام کا بھی ایک اخبار ہو تو کئی مدیروں میں خرچ بٹ جاتا ہے روزانہ اخبارات کے دفاتر سے ہفت روزہ رسائل یا ماہنامے اس لیے جاری کیے جاتے ہیں کہ انہیں سرکولیشن میں کئی آسانیاں خود بخود فراہم ہو جاتی ہیں دیگر طریقوں سے بھی کوئی چھوٹے موٹے

اخراجات میں کمی واقع ہو جاتی ہے۔

موجودہ زمانہ میں کئی ایسی برقیاتی سہولتیں حاصل ہوگئی ہیں جن سے اخبارات جدیدیت سے ہمکنار اور قارئین میں مقبول ہو گئے ہیں وائر فوٹو یا ریڈیو فوٹو کے ذریعہ تصاویر برق رفتاری سے مل جاتی ہیں "فیا کسی ملے" Facsimile اخبارات کا بھی رواج بڑھتا جارہا ہے جس کی مدد سے اخبارات بہ یک وقت بڑی آسانی سے کئی شہروں سے شائع کیے جاسکتے ہیں، مگر ایسی جدید سہولتوں کی وجہ سے اخراجات میں بھی کافی اضافہ ہو گیا ہے آئے دن کوئی نہ کوئی جدید طریقہ دریافت ہوتا ہے جس سے اخبارات کی طباعت وغیرہ میں بڑی بھاری تبدیلیاں لائی جاسکتی ہیں لیکن بڑا مسئلہ یہی ہے کہ ہرنئی ایجاد سے پرانی مشینری بیکار ہو جاتی ہے اور نئے آلات پر کثیر سرمایہ لگتا ہے ہمعصر اخبارات جب کسی نئی ایجاد سے فائدہ اٹھانے لگتے ہیں تو مقابلہ کا سوال اٹھ جاتا ہے اور بعض اوقات وقار کا مسئلہ بھی ابھر آتا ہے ہفت روزہ ایڈیشنوں میں رنگین صفحات کا رواج مقبول ہوتا جارہا ہے عام خریدار ناشروں کے مسائل سے بے خبر رہ کر عمدہ سے عمدہ اخبار کی ہی خواہش رکھتے ہیں پہلے اخبار ہفتہ میں ایک دن کی چھٹی رکھتے تھے روزنامہ اخبار جمعہ یا اتوار کو شائع نہ ہوتے تھے مگر اب روزانہ اشاعت باقاعدہ ہونی ضروری ہے عام تعطیلات کے دن بھی اخبار بند نہیں کیا جاسکتا اتوار کے ایڈیشن میں صفحات بڑھانا لازمی ہوگا ہے۔خریدار کو سال میں دو تین دن بھی اگر تعطیل کی وجہ سے اخبار فراہم نہ ہو تو ناک بھوں چڑھاتے ہیں۔

کامک پٹیوں کی مقبولیت میں دن بدن اضافہ ہو رہا ہے، لوگ کارٹون کے بغیر

اخبار پسند نہیں کرتے ۔تصاویر کا کثرت سے استعمال اہمیت اختیار کر گیا ہے ۔

کسی بھی اخبار کے حسابات ہمیشہ باضابطہ ہوں اور تمام تر درست ہوں جب تک حسابات صحیح اور تازہ ترین نہ ہوں گے نفع یا نقصان کا اندازہ نہیں لگ سکے گا ۔

☆☆☆☆☆☆☆

باب19

اشتہارات

اشتہارات اخبارات کے لیے ریڑھ کی ہڈی ہوتے ہیں۔اشتہارات کے بغیر اخبارات کا تصور ہی ناممکن ہے۔کسی بھی مالک اخبار کے لیےاشتہارات آمدنی کا ایک بہترین ذریعہ ہوتے ہیں۔اشتہارات نے جدید زندگی میں ایک زبردست انقلاب پیدا کیا ہے۔ہر ملک میں اشتہارات کی وجہ سے عام زندگی کے کئی شعبہ جات متاثر ہوئے ہیں۔انسانی زندگی کے معیار میں بلندی لانے میں اشتہارات کا ایک وسیع اور وقیع کردار رہا ہے۔اشتہارات نے عصر جدید میں انسانوں کو کئی نئی قدروں سے روشناس کرایا ہے۔عوام کے عادات اوراطوار پر اثر پذیر اشتہارات نے نظریات اور خیالات کی دنیا میں بھی انقلاب برپا کیا ہے صحیح معنوں میں اشتہارات نے انسانی زندگی ہی بدل کر رکھدی ہے۔

بعض لوگ اشتہارات کوتفریح کا عمدہ ذریعہ سمجھتے ہیں اپنی مرغوب اشیاء کے اشتہارات دیکھ کرانہیں گوناگوں مسرت ہوتی ہے۔اشتہارات میں خبروں کے مقابلہ میں بہترین عبارت ہوتی ہے زبان کی شوخی سے حظ اٹھانے والے لوگ اشتہارات کے مطالعہ کواپنی عادت بنا لیتے ہیں کئی تنگ مزاج افراد ایسے بھی ہیں جو اشتہارات کودھوکہ،جعلسازی،فراڈ،شعبدہ گری یاذہنی آنکھ مچولی سمجھ کر حقارت کی نظر

سے دیکھتے ہیں۔

اشتہارات کی ضرورت

اشتہارات کے وسیلے سے تاجر اور گاہک ایک دوسرے کے قریب آتے ہیں غور سے دیکھا جائے تو ہر اشتہار کچھ نہ کچھ خبر کا حامل ہوتا ہے اس کی تعلیمی اہمیت بھی تسلیم شدہ ہے اشتہارات کی وجہ سے بازار میں روپیہ کا پھیلاؤ ہوتا ہے جمہوری نظام میں اشتہارات کا اہم کردار ہے اور وہ ایک طرح سے جمہوری اقتصادیات کے معمار ہیں۔

کسی بھی تجارتی اعلان کو اشتہار کہا جاتا ہے اس اعلان کے لیے اشتہار کا نرخ ادا کرنا ضروری ہوتا ہے۔ اشتہارات کے ذریعہ صرف اشیاء ہی فروخت نہیں کی جاتیں ان کے ذریعہ پیشہ ورانہ خدمات کی تشہیر بھی کی جاتی ہے مثلاً مرمت کرنے والے مرکز، محاسب، وکیل، ڈاکٹر، عامل نجومی وغیرہ اپنی پیشہ ورانہ خدمات اشتہارات کے وسیلے سے لوگوں کو پیش کرتے ہیں ہر اشتہار کا مقصد عوام سے روپیہ کمانا، کسی مقصد کے لیے ہمدردی حاصل کرنا، یا کسی نظریہ کے لیے تشہیر کرنا ہوتا ہے۔آج کی زندگی میں اشتہارات کا اتنا دخل ہو گیا ہے کہ اب ان سے فرار مشکل ہو گیا ہے۔

اشتہارات کا مقصد عوام کو کسی نئی بات کی آگاہی دینا ہوتا ہے یا کسی طریقہ کار کو پیش کر کے اسے مقبول بنانا ہوتا ہے اشتہار بازی اور فن فروشندگی یعنی سیلز مین شپ

Sales man Ship میں کافی مماثلت پائی جاتی ہے۔اشتہار بازی کو ''مطبوعہ عمل فروشندگی'' Salesmanship In Print بھی کہا جاتا ہے فروشندہ (یا '' سیلز مین'') براہ راست کوئی چیز خریدار کے ہاتھ فروخت کرنے کی کوشش کرتا ہے اشتہار کا یہ کام ہے کہ وہ متوقع خریدار کے دماغ کو مشتہر شدہ سے خریدنے کے لیے آمادہ کرے اشتہار میں کسی شے کی تعریف اور توصیف کے ذریعہ خریدار کو متعلقہ شے خریدنے کی ترغیب دی جاتی ہے اشتہار کی کامیابی کا راز ہے کہ وہ صحیح طریقہ پر، صحیح جگہ اور صحیح وقت پر شائع کیا جائے۔وہی اشتہار کامیاب سمجھا جاتا ہے جو خریدار کو مثبت عمل پر ابھارتا ہے اشتہار کی تحریر اور تصویر کے استعمال میں انسانی نفسیات کے اصولوں کی پیروی کی جاتی ہے کم سے کم لاگت پر زیادہ سے زیادہ منفعت بخش اشتہار ہی کامیاب سمجھا جاتا ہے اشتہار عمدہ اشیاء کا ہو گھٹیا اشیاء کا اشتہار بازی کے ذریعہ فروخت کرنے کی کوشش وقتی طور پر تو پوری ہوجائے گی مگر عوام جب غیر معیاری شے استعمال کریں گے تو دوبارہ اس شے کو خریدنے سے احتراز کرلیں گے، اشتہار اور اخبار دونوں کے بارے میں عوام بدظن ہو جائیں گے غلط دعوے اشتہار میں کرنا حماقت ہے کیونکہ اس سے کبھی بھی اشیائے فروخت کی شہرت پر آنچ آئے گی ناگوار عبارتیں اور ارزاں جسمانی نمائش کی تصویروں سے بھی مشتہرین کی نیک نامی داغ دار ہوگی۔

اشتہارات جدید زندگی کی ایک اہم علامت ہیں زمانہ قدیم میں اشتہار بازی کی چنداں ضرورت نہیں تھی۔لوگ جنگلی جانوروں اور مچھلی کے شکار میں زیادہ مصروف

رہا کرتے تھے مختلف پیشوں کی بہتات نہیں تھی جیسے جیسے زندگی ترقی کی راہوں پر تیز رفتاری سے آگے بڑھ رہی ہے تقاضے بڑھ رہے ہیں اور عوامی ضروریات میں بھی حیرت انگیز اضافہ ہوتا جا رہا ہے جس طرح کہا جاتا ہے کہ ضرورت ایجاد کی ماں ہے اشتہارات بھی ایک خاص ضرورت کی تکمیل کے لیے عالم وجود میں آئے ہیں اور مسلسل ترقی پذیر ہیں۔

انگلستان میں تاجروں اور گاہکوں کو یکجا کرنے کے لیے کئی طریقے استعمال ہوئے پیشہ ور لوگوں کی شناخت اتنی اہم سمجھی گئی کہ خاندان کے نام تک اسمتھ، وہیلر، فلر، ملر گولڈ اسمتھ وغیرہ مشہور ہو گئے۔ پھر دکانوں کے لیے سائن بورڈوں کی ضرورت محسوس کی گئی اور ہر تجارت گاہ کے لیے دلکش بورڈ ضروری سمجھے گئے اشیاء کی بہتر شناخت کے لیے ''ٹریڈ مارک'' Trade Mark کا طریقہ اپنایا گیا جو آج دنیا کے ہر ملک میں احترام اور استقلال کے ساتھ رائج ہے آج بھی شناخت میں سہولت کے لیے دکانوں کے باہر کچھ نہ کچھ اشاراتی سامان سجا کر رکھنے کا رواج باقی ہے مثلاً نائی کی دکان کے باہر بڑے ہرے پتوں کی انگیٹھیاں رکھی جاتی ہیں، سائیکل مرمت کرنے والا پرانے ٹائر لٹکاتا ہے، ہر بڑی دکان کے باہر شوکیس میں دکان کے اندر فروخت ہونے والی اشیاء کا انتخاب نمائش کے لیے موجود رہتا ہے۔ سولہویں صدی ہی میں انگلستان میں دستی اشتہارات Hand Bills کی تقسیم عام تھی طباعت کے طریقے ایجاد ہونے سے پہلے ہاتھ سے لکھے ہوئے پوسٹروں میں اعلانات نمایاں رہتے تھے امریکہ میں نوآبادیاتی علاقوں کی آبادکاری کے لیے مشہور و معروف ورجینیا

کمپنی نے بھی ہاتھ سے لکھے ہوئے پمفلٹ اور بڑے اشتہار استعمال کیے تھے جن کے ذریعے لوگوں سے مختلف ساحلی علاقوں پر بسنے کی درخواست کی گئی تھی سترہویں صدی میں شائع ہونے والی خبروں کے کتابچوں میں بھی اشتہارات موجود تھے کئی قدیم ترین رسائل کے مطالعہ سے بھی پتہ چلا ہے کہ کسی بھی مطبوعہ جریدہ میں اشتہارات کی ضرورت اور اہمیت بخوبی تسلیم کرلی گئی تھی۔

تاریخی اعتبار سے سب سے پہلا اخباری اشتہار امریکی رسالہ ''بوسٹن نیوز لیٹر'' کے تیسرے شمارہ مورخہ 8 مئی 1704ء کو شائع ہوا تھا امریکہ کے پہلے مطبوعہ روزنامہ اخبار کا نام ہی '' دی پین سلوے نیا پیکٹ اینڈ ڈیلی اڈورٹائزر'' The Pennsylvania Packet and Daily Advertiser تھا جو 1784ء میں جاری ہوا اور اس میں اشتہارات کو موقر مقام حاصل تھا۔

جدید اشتہار بازی یورپ کے صنعتی انقلاب کی دین ہے مشینوں اور برقی قوت کی پیداوار کی وجہ اکثر اشیاء کثیر مقدار میں تیار ہونے لگیں اشیاء کی فروخت کا مسئلہ پیدا ہوا تو جلد از جلد فروخت کے طریقوں کی دریافت کی کوشش شروع ہوئی اشتہار بازی اس مسئلہ کا بہتر حل ثابت ہوئی صنعت کاروں کو آزمائش کے بعد اشتہار بازی کے نتائج سے اطمینان حاصل ہوا۔ مال بنانے والوں اور صارفین کے درمیان اشتہارات ایک مفید پل ثابت ہوئے مصنوعات کی فروخت کے لیے بھی نئے اور مفید طریقوں کو اپنایا گیا اشتہارات سے عام لوگوں کی دلچسپی بھی بڑھی اشتہارات کی تحریر اور ترتیب کا معیار بھی بلند ہوتا گیا۔ اخبارات نے اشتہارات کو جاذب نظر

بنانے میں مدد کی اشتہارات حاصل کرنے اور اخبارات میں شائع کرانے والے افراد باضابطہ طور پر دفاتر کھولنے لگے مصوروں کی مدد سے معمولی اشتہارات کو بھی مزید دلکش بنایا گیا آج اشتہار بازی ایک باقاعدہ صنعت کا درجہ رکھتی ہے۔

کیا اشتہارات ضروری ہیں؟ اہم ہیں؟ حق بجانب ہیں؟ یہ سوالات نئے نہیں ہیں ایسے سوالات ہمیشہ ابھرتے رہے ہیں اور مختلف نکتہ ہائے نگاہ سے ان کے جوابات بھی دیئے جا چکے ہیں اور دیئے جاتے رہے ہیں اشتہارات کی افادیت کو ماننے والوں کی کمی نہیں مگر ان پر اعتراضات کرنے والوں کی بھی اچھی خاصی تعداد ہے مذاکرہ کے لیے اشتہارات کے فوائد اور نقصانات ایک اچھا موضوع ہے موافقت اور مخالفت میں کئی باتیں کہی اور سنی جا سکتی ہیں دوا اس نیت سے کھائی جاتی ہے کہ اس کے کھانے سے بیماری دور ہو جائے کسی نہ کسی علت کے لیے کوئی خاص گولی کھائی اور اس سے فائدہ ہو گیا تھا اس کا ہرگز یہ مطلب نہیں کہ ہر کسی کو اسی گولی سے فائدہ ہوگا علاج کے باوجود لوگ مر جاتے ہیں تو کیا لوگ اپنے مرض کا علاج کروانا ہی چھوڑ دیں؟ کچھ شادیاں کسی نہ کسی وجہ سے ناکام ہو جاتی ہیں کیا اس سے خوف کھا کر لوگ شادیاں کرنا ہی ترک کر دیں؟ اشتہارات کی وجہ کسی کو کہیں نقصان ہوا ہے تو اس کا منطقی نتیجہ یہ ہرگز نہیں کہ اشتہارات ہی کو خیر باد کہہ دیا جائے۔

اشتہارات جدید اقتصادی ڈھانچہ کا ایک اہم حصہ ہیں انسان کا ہمیشہ سے ایک دوسرے پر انحصار رہا ہے روزی، لباس اور پناہ کے لیے جہاں وہ دوسروں کی مدد کے طالب ہیں وہاں صحت، عافیت، تعلیم، تربیت اور تفریح کے لیے بھی دوسروں کی

اعانت کے بغیر نہیں رہ سکتے۔ صارفین جو مطالبہ کرتے ہیں اشیاء کے بنانے والے وہی فراہم کرتے ہیں مصنوعات بنتی تو ایک جگہ ہیں مگر خریداروں کے پاس مطلوبہ وقت پر اور مناسب نرخ اور شرائط پر پہنچانا بھی ایک اہم ذمہ داری ہے جس کے بغیر کوئی بھی تجارتی کوشش ناکام یا ادھوری رہ جاتی ہے۔

کسی بھی فرد کو صابن کی ضرورت پڑے یا موٹر کار کی، وہ آئس کریم کھانا چاہے یا رنگین ٹیلی ویژن خریدنے کا خواہش مند ہو، وہ بلیڈ کا متلاشی ہو یا کمپیوٹر خریدنے کا شائق وہ یہ جاننا چاہتا ہے کہ اس کی ضرورت کی چیز مل سکتی ہے یا نہیں اگر ملتی ہے تو کہاں اور کتنے میں؟ ادھر خریدار ضرورت کی شے خریدنے کے لیے بےتاب رہتے ہیں اور ادھر اشیاء بنانے والے یا بیچنے والے خریداروں کی راہ میں نظریں بچھائے بیٹھے رہتے ہیں اشتہار کا کام خریداروں کی توجہ اپنی جانب مبذول کرانا ہے۔ اشتہار کے ذریعے معلومات کا اشارہ پا کر خریدار تفصیلات کی تلاش میں نکلتے ہیں یا مشتہر شدہ اشیاء کی فوری خریداری کا مصمم ارادہ کر لیتے ہیں جب کوئی نئی مشین بازار میں فروخت کے لیے پیش کی جاتی ہے تو تیار کنندگان کا فرض ہے کہ وہ مشین کی افادیت اور طریقہ استعمال آسان الفاظ میں اشتہار میں درج کریں جب تک اس فوائد یا خصوصیات پر روشنی نہیں ڈالی جائے گی خریدار آگے نہیں بڑھیں گے نہ نئی ایجاد کی تشریح سے ہی لوگ متعلقہ آلات یا اوزار پر توجہ دیں گے مشتہر شدہ شے کی تمام تفصیلات کے ساتھ گارنٹی کے بارے میں وضاحت، قیمت، قسط وار خرید کی سہولتوں وغیرہ اور ملنے کا مکمل پتہ لکھنا ضروری ہوتا ہے۔

اگر کسی پرانی شے کا نام یا لیبل بدل گیا ہے یا اس میں کوئی بہتری لائی گئی ہے تو بذریعہ اشتہار اس کا اعلان ضروری ہوتا ہے انسانوں کے سیاسی نظریات، اقتصادی خیالات اور سماجی رجحانات جو بھی ہوں وہ اطلاعات، نظریات، اقتصادی خیالات اور سماجی رجحانات جو بھی ہوں وہ اطلاعات کے پیاسے ہوتے ہیں وہ ایسی اشیاء کے بارے میں جاننے کے لیے بے تاب رہتے ہیں جن کا وہ ہر روز استعمال کرتے ہیں عوام ایسی اشیاء کی بھی تفصیل جاننے کے خواہش مند ہیں جنہیں خریدنے کی ان میں سکت نہیں ہے مثلاً ایر بس، ہیلی کاپٹر، بل ڈوزر، روباٹ وغیرہ۔

اشتہارات سے کسی بھی صنعت کار کو فائدہ پہنچتا ہے پہلے تو وہ اپنی مصنوعات کی خوبیاں بیان کرتا ہے اور پھر اسے فروخت کرنے کے تمام حربے استعمال کرتا ہے جس شے سے انسانی ضرورت پوری ہوتی ہے وہ جلد اور زیادہ تعداد میں فروخت ہوتی ہے آج کا خریدار بھولا بھالا نہیں ہے وہ بازار میں آسانی سے ملنے والی ہر شے سے واقف ہے ہر ملک اور ہر علاقہ کی پسند بھی جدا ہوتی ہے۔ لوگوں کی طرز زندگی ہر جگہ مختلف ہے عوام کی قوت خرید میں بھی مسلسل تبدیلیاں ہوتی رہتی ہیں جو شے کسی کے لیے عیش سمجھی جاتی ہے وہ کسی کے لیے زندگی کی بنیادی ضرورت ہوتی ہے عوام کا ذوق خریداری بھی تغیرات کا شکار ہوتا رہتا ہے جو شے گذشتہ سال مقبول تھی وہ آج نہیں ہے مثلاً لوگ گراموفون اور ریکارڈ بڑے ذوق سے خریدتے تھے، پھر الیکٹرک ریکارڈ پلیئروں اور لانگ پلے ریکارڈوں کی مانگ بڑھ گئی ٹیپ ریکارڈ آئے تو لوگ ریکارڈوں سے دور ہوتے گئے ٹیلی ویژن کی آمد سے ریڈیو کی مقبولیت پر اثر پڑا اوی

سی آر مقبول ہوئے تو لوگ کیسیٹ ریکارڈوں اور ٹی وی سے بیزار نظر آنے لگے اسی طرح زمانہ کی ترقی کے ساتھ نئے آلات کی مقبولیت میں تبدیلیاں رونما ہوتی رہتی ہیں۔

اشتہارات سے صارفین کو بھی فائدہ ہوتا ہے بشرطیکہ مشتہرہ شے عمدہ ہو اور صحیح طور پر مشتہر ہو اخبار کی وساطت سے صارف کو اندازہ ہوتا ہے کہ فلاں چیز فلاں جگہ مل سکتی ہے متعلقہ شے کی خوبیاں بیان ہوتی ہیں سائز درج ہوتا ہے اور اکثر اوقات نرخ بھی دے دیا جاتا ہے اشتہارات کی برکت سے زیادہ سے زیادہ لوگوں کو زیادہ سے زیادہ اشیاء مہیا ہوگئی ہیں اشتہارات پر اخراجات تو ہوتے ہیں مگر فوائد کی روشنی میں اشتہارات کا خرچ بہت کم، گوارا اور قابل قبول نظر آتا ہے۔

عوام کو اشتہارات سے متعدد اور مختلف فائدے ہیں اشتہارات کی اشاعت ایک طرح سے عوامی خدمت ہے زیادہ مقدار میں مصنوعات کی تیاری اور وسیع پیانہ پر اشتہار بازی سے اشیاء کے نرخوں میں کمی آتی ہے۔ عام قیاس کے مطابق قیمتوں میں اضافہ نہیں ہوتا جو چیز زیادہ بکتی ہے وہ عموماً سستی فروخت ہوتی ہے کئی عیش پسند اشیاء جو تیار ہو کر بازار میں فروخت کے لیے آئیں وہ اشتہارات ہی کی وجہ عوام میں مقبول ہوئیں۔ لوگوں کو برقی پنکھوں، واٹر کولر، ائیر کنڈیشنز، واشنگ مشین، پریشر کولر، مکسر گرائنڈر، ہیئر ڈائیر، جیسی اشیاء سے جو راحت ملی ہے اس میں اشتہارات کا بھی اہم حصہ رہا ہے جو راحت افزا اشیاء ایک زمانہ میں صرف امیر گھرانوں میں مستعمل تھیں آج معمولی گھروں میں بھی صرف اس لیے مستعمل ہیں کہ وہ زیادہ

تعداد میں تیار ہو کر اشتہارات کے ذریعہ مقبولیت حاصل کر کے ارزاں قیمت اور آسانی کے ساتھ ہر جگہ دستیاب ہوتی ہیں اشتہارات استعاراً علاؤ الدین کا جادوئی چراغ ہیں جس کی وجہ سے عوام کو ایسی کئی چیزیں نصیب ہو گئی ہیں جو وہ چاہتے تو تھے مگر گراں قیمتوں کی وجہ خرید نہیں پاتے تھے۔ بیسویں صدی میں عوامی زندگی کا معیار جو بتدریج بلند ہوتا رہا ہے وہ اخبارات کے اشتہارات کی مدد سے ہو رہا ہے۔ اشتہارات لوگوں میں اچھی اشیاء خریدنے اور استعمال کرنے کا ذوق پیدا کرتے ہیں لوگوں میں عمدہ سے عمدہ تر زندگی گذارنے کی خواہش اجاگر ہوتی ہے عیش و آرام کی اشیاء خریدنے کی غرض و غایت سے وہ زیادہ محنت کر کے روپیہ پس انداز کرتے ہیں تاکہ نئی اشیاء خریدنے کی سہولت ہو سکے۔

دوسری عالمگیر جنگ کے دوران اشتہارات کے ذریعہ عوام میں ملک وقوم سے محبت کے جذبات پیدا کرنے کا کام بڑی سلیقگی اور کامرانی سے لیا گیا صرف تجارتی مقاصد ہی نہیں بلکہ دیگر عوامی تحفظ و تعاون کے کاموں کے لیے بھی اشتہار بازی استعمال کی جاتی ہے مثلاً زیادہ اناج اگاؤ، سفر میں کم سامان لے جاؤ، زیادہ دودھ پیو، شور و غل کم کرو، اپنا شہر پاک صاف رکھو، قدم ملا کے چلو، اپنی آنکھیں عطیہ میں دو جیسی کئی عوامی تحریکات میں اشتہارات نے کافی موثر رول ادا کیا ہے ہندوستان میں خاندانی منصوبہ بندی (بہبودی) کے پیغام کو اشتہارات کی مدد سے ہر جگہ پھیلا گیا۔ بیس نکاتی پروگرام کی مقبولیت میں بھی اشتہارات مدد و معاون ثابت ہوئے آج کوئی بھی قومی یا ریاستی، سرکاری یا غیر سرکاری تحریک اشتہار بازی کے بغیر مقبول یا

کامیاب نہیں ہوسکتی۔

اشتہار بازی میں آج کل کئی ذرائع مستعمل ہیں رسالہ جات میں اشتہارات کی بھرمار ہے ریڈیو اور ٹیلی ویژن تو اشتہارات کے بغیر جی ہی نہیں سکتے۔

براہ راست ڈاک سے رابطہ کر کے بھی اشیاء مشتہر کی جاتی ہیں شاہراہوں پر بڑے بورڈوں کے ذریعہ اشیاء یا خدمات کے اشتہار جنہیں ''ہورڈنگ'' Hording کہتے ہیں نمایاں رہتے ہیں سینما گھروں میں سلائیڈ اور مختصر اشتہاری فلموں کا رواج عام ہے دستی اشتہارات اور دیواری پوسٹروں کی مقبولیت میں کوئی کمی نہیں آئی ہے کیلنڈروں کے ذریعے اشتہار بازی تقریباً ہر ملک میں عام ہے ہوائی اڈوں، ریلوے اسٹیشنوں اور بس اسٹینڈوں میں سائن بورڈوں کی بہتات ہوتی ہے یہاں آج کل ''کلوز سرکٹ ٹی وی''(Closed Circut Television) کے ذریعہ ضروری اعلانات کے علاوہ تجارتی اشتہارات بھی نمایاں کیے جا چکے ہیں ڈائری کی چین Key Chain پین اسٹینڈ، بلاٹر Blotter جیسی تحفوں میں پیش کی جانے والی چیزوں پر بھی اشتہاری فقرے ابھارے جاتے ہیں اشتہار بازی میں جدت طرازی کا سلسلہ کبھی نہیں ختم ہوگا۔اشتہار بازی ہمیشہ ایک تخلیقی سرگرمی ثابت رہے گی۔

مختلف ذرائع ابلاغ سے مقابلہ کے باوجود اخبارات کے اشتہارات کی قدر و قیمت باقی ہے حالانکہ اخبار اشتہار بازی کی وقعت، اہمیت اور مقبولیت میں کمی لانے کی ہر ممکن کوشش کی گئی مگر ناکامی ہوئی۔ ماہرین کا بھی فیصلہ ہے کہ اخبارات میں

اشتہارات کا مقام سالم ہے اور سالم رہے گا اندازہ لگایا گیا ہے کہ اوسطاً کسی بھی اخبار کی آمدنی کا دوتہائی حصہ اشتہارات سے حاصل ہوتا ہے۔امریکہ اور انگلستان میں ریڈیو اور ٹیلی ویژن کے باوجود اخبارات کو اشتہارات کا ایک بہت بڑا حصہ ملتا ہے اخباری اشتہارات میں ایک ہمہ گیریت پائی جاتی ہے۔اشتہاری مواد میں ایک عظیم قوت ہوتی ہے اخبارات چونکہ روزانہ شائع ہوتے ہیں اس کی معیاد بھی ایک طاقت ورنکتہ ہے اخباری اشتہارات فرصت سے پڑھے جاسکتے ہیں اور محفوظ بھی ہو سکتے ہیں ایسی سہولت ریڈیو اور ٹیلی ویژن اشتہارات میں ناممکن ہے کیونکہ وہ وقتی طور پر نشر ہوتے ہیں اور غائب ہوجاتے ہیں۔

حالانکہ نمایاں اشتہارات Disply Advertisment عموماً گراں ہوتے ہیں مگر اشتہار رچے یا ترتیبی اشتہارات Classified Advertisment مقابلتاً ارزاں ہوتے ہیں چھوٹے تاجر بھی ایسے مختصر اشتہارات سے استفادہ کرسکتے ہیں ایک قانونی اطلاعات بھی اخبارات میں اشتہارات کی صورت میں شائع کی جاتی ہیں جائزوں کے نتائج نے اس بات کی توثیق کی ہے کہ لوگ اخبار میں شائع ہونے والے اشتہارات غور سے پڑھتے ہیں بلکہ بغیر اشتہارات کے اخبارات عوام میں مقبول ہی نہیں ہوتے ہر اخباری اشتہار میں کوئی نہ کوئی ''خبر'' کا پہلو ضرور نکلتا ہے یہ بات بھی دلچسپ ہے کہ اگر اسی فی صدمرد اشتہارات پڑھتے ہیں تو 95 فیصد عورتیں اشتہارات ذوق وشوق سے پڑھتی ہیں مقامی اشتہارات کی مقبولیت مردوں اور عورتوں میں کم وبیش یکساں پائی گئی ہے۔

ایک معیاری اخبار میں آٹھ کالم ہوتے ہیں اوسطاً ہر کالم کی چوڑائی 2/12 انچ ہوتی ہے ہندوستان کے اخبارات "فی کالم سنٹی میٹر" کے حساب سے اشتہارات کے نرخ وصول کرتے ہیں چھوٹے اخبارات پورا صفحہ، آدھا صفحہ اور پاؤ صفحہ کے حساب سے اپنا نرخ بتاتے ہیں **مسلسل** اشتہارات دینے والوں کو خصوصی رعایتیں دی جاتی ہیں کبھی کبھار شائع ہونے والے اشتہارات "کیزول" Casual کہلاتے ہیں مستقل اشتہاروں کے لے" کانٹراکٹ" Contract ریٹ (نرخ) مقرر رہتے ہیں جو عموماً رعایتی ہوتے ہیں۔

اشتہار بازی پر کس قدر رقم خرچ کی جاتی ہے اس کا اندازہ مندرجہ ذیل اعداد و شمار سے بہ آسانی لگایا جاسکتا ہے جو امریکہ کے چوٹی کے مشتہرین کے اخراجات کا سالانہ اوسط ہے:

کمپنی کا نام	اشتہارات پر سالانہ خرچ	تجارت کا فی صد تناسب
1پروکٹر اینڈ گیمبل	36 کروڑ ڈالر	79فیصد
2جنرل موٹرس	22 کروڑ 5لاکھ ڈالر	66فیصد
3سر، روبیک اینڈ کمپنی	22 کروڑ 5لاکھ ڈالر	19فیصد
4جنرل فوڈس	20 کروڑ 3لاکھ ڈالر	68فیصد
5برسٹال میرس	17 کروڑ ڈالر	98فیصد
6وارنر لیا مبرٹ	16 کروڑ 90لاکھ ڈالر	189فیصد

7امریکن ہوم پراڈکٹس	13 کروڑ 80لاکھ ڈالر	57فیصد
8موبل آئل	13 کروڑ 59لاکھ ڈالر	65فیصد
9 آر، جے، رینالڈس انڈسٹریز	11 کروڑ 36لاکھ ڈالر	24فیصد
10 حکومت ریاست ہائے امریکہ	11 کروڑ 34لاکھ ڈالر	

امریکہ میں کئی ایڈورٹائزنگ ایجنسیاں ہیں جو سالانہ کروڑوں ڈالر کے اشتہارات کی تجارت کرتی ہیں مندرجہ ذیل نقشہ میں امریکہ کی دس سب سے بڑی ایڈورٹائزنگ ایجنسیوں کے سالانہ تجارتی لین دین کا اوسط حسب ذیل ہے۔

ایڈورٹائزنگ ایجنسی کا نام	عالمی اعداد و شمار	اوسطاً سالانہ کتنے ڈالروں کے اشتہارات ان ایجنسیوں کی وساطت سے دیئے جاتے ہیں:
صرف امریکہ کے اعداد و شمار		
1 جے والٹر تھامسن اینڈ کمپنی	90 کروڑ ایک لاکھ ڈالر	43 کروڑ 25لاکھ ڈالر
2 ینگ اینڈ روبی ایکام انٹرنیشنل	80 کروڑ 9لاکھ ڈالر	47 کروڑ 25لاکھ ڈالر
3میاک کیان ایرک سن	77 کروڑ 51لاکھ ڈالر	23 کروڑ 8لاکھ ڈالر
4لیو بارنیٹ کمپنی	62 کروڑ 30لاکھ ڈالر	40 کروڑ ڈالر

5 ٹیڈ بیٹس اینڈ کمپنی	60 کروڑ 40 لاکھ ڈالر	28 کروڑ 2 لاکھ ڈالر
6 اوگل وی اینڈ میتھر انٹرنیشنل	58 کروڑ 16 لاکھ ڈالر	26 کروڑ 61 لاکھ ڈالر
7 بی، بی، ڈی او	52 کروڑ 50 لاکھ ڈالر	36 کروڑ 98 لاکھ ڈالر
8 گرے ایڈورٹائزنگ	39 کروڑ 93 لاکھ ڈالر	28 کروڑ 70 لاکھ ڈالر
9 فوٹ، کون اینڈ بیلڈنگ	39 کروڑ 64 لاکھ ڈالر	27 کروڑ 53 لاکھ ڈالر
10 ڈی آرکی، میاک میانس اینڈ ایس	32 کروڑ 95 لاکھ ڈالر	33 کروڑ 40 لاکھ ڈالر

ہندوستان میں بعض اہم ایڈورٹائزنگ ایجنسیاں لاکھوں روپیوں کے اشتہارات جمع کر کے اخبارات میں شائع کرانے کا اہتمام کرتی ہیں۔

دنیا بھر میں ایڈورٹائزنگ ایجنسیوں کو عام اشتہارات کے نرخوں پر پندرہ فیصد کمیشن دیا جاتا ہے۔ مغربی ممالک میں ایڈورٹائزنگ ایجنسی تجارت ہی ففٹین پرسنٹ بزنس Business 15% کے نام سے مشہور ہوگئی ہے۔

اشتہار بازی کا منشا ہی عوام کی توجہ کسی بات کی جانب کھینچنا ہے پہلے پہل کسی بھی شے کا تبادلہ کسی اور شے سے کرلیا جاتا تھا نہ روپیہ درمیان میں ہوتا تھا نہ تشہیر کی کوئی ضرورت محسوس ہوتی تھی۔ اشتہار بازی اس وقت زیادہ کامیاب سمجھی جاتی ہے جب وہ عوام کی خواہشات میں اضافہ کرے کوئی بھی انسان کسی بھی شے کو اسی وقت خریدے گا جب کہ اس شے کو اپنانے کی اس میں آرزو جاگے جب تک اس کی خواہش نہیں بڑھے گی وہ مذکورہ شے کو خریدنے کی کوشش ہی نہیں کرے گا مغربی ممالک میں آج کل

لوگ ڈبوں میں بند غذا اور بوتلوں میں بند مشروبات کے دیوانے ہیں اور یہ عادت اشتہارات ہی کی ڈالی گئی اور پروان چڑھائی ہوئی ہے اشتہار بازی کا ترغیبی ہونا اور اپنا مقصد واضح کرنے میں کامیاب ہونا بہت ضروری ہے۔

صدیوں پہلے اشیاءفروش گلیوں اور بازاروں میں صدائیں لگاتے تھے آج بھی سبزی فروش، پھل فروش اور دیگر تاجر گلی کوچوں میں آواز لگاتے ہیں ایسی ہی تاجرانہ آوازیں ہم رات دن ریڈیو سے سن رہے ہیں اور ٹیلی ویژن پردے پر ملاحظہ کر رہے ہیں اخبارات کے صفحات پر ایسے ہی تاجرانہ پیغامات ہماری توجہ جیتنے کی کوشش میں مصروف ہیں آج کی دنیا میں شاید ہی ایسی کوئی شے ہو جس کا اشتہار ہماری نظر سے نہیں گذرتا عورتوں کے خفیہ استعمال کی اشیاء تک کا علانیہ اشتہار اخبارات کے صفحات کی زینت بنتا ہے اور ٹیلی یژن کے پردے پر لاکھوں عورتوں، مردوں اور بچوں کی نظر سے گذرتا ہے خاندانی بہبودی (خاندانی منصوبہ بندی / فیملی پلاننگ) میں مستعمل اشیاء کے باتصویر اشتہارات اہتمام سے شائع اورنشر ہو رہے ہیں دندان ساز، ڈاکٹر، انکم ٹیکس صلاح کار، ڈرائی کلینر، زیراکس کاپی بنانے والے، موٹر مکینک، چارٹرڈ اکاؤنٹنٹ وغیرہ اپنی خدمات کے اشتہارات باقاعدہ طور پر شائع کرنے لگے ہیں۔

اشتہار بازی اب ایک ایسا موضوع ہے جو مختلف یونیورسٹی شعبوں میں تحقیقی سطح پر پڑھایا جاتا ہے۔ معاشیات کے طلبہ اشتہار بازی کو اقتصادی نکتہ نظر سے جانچتے ہیں علم نفسیات کے محقق اشتہار بازی کے عام انسانوں پر ہونے والے اثرات کا

نفسیاتی تجزیہ کرتے ہیں۔ علم صحافت کے ماہر، اخبارات اور رسائل میں اشتہارات کی ضرورت اور اہمیت سے متعلق ضروری جائزے لیتے ہیں اشتہار بازی پر جتنی کتابیں اب تک شائع ہوئی ہیں اتنی علم صحافت پر بھی شائع نہیں ہوئی ہیں۔ ایک اعلیٰ تعلیمی مضمون کی حیثیت سے بھی اشتہار بازی کے سینکڑوں کورس برسوں سے مقبول اور معروف ہیں ہندوستان میں بھی کئی ایسے مقتدر ادارے ہیں جو ایڈورٹائزنگ Advertising سے متعلق کئی تعلیمی کورسوں اور تحقیقی شعبوں کا اہتمام کرتے ہیں۔

اپنی رپورٹ میں پہلے پریس کمیشن نے 1954ء میں اندازہ لگایا تھا کہ ہندوستان میں اشتہار بازی پر دس کروڑ روپے خرچ ہوتے ہیں مستند اعداد وشمار تو نہیں ملتے لیکن ایک عمومی اندازے کے مطابق آج کل ہندوستان میں اشتہار بازی پر پندرہ کروڑ تا بیس کروڑ روپے خرچ ہو رہے ہیں اور اس میں مسلسل اضافہ کی امید ہے۔ ایڈورٹائزنگ ایجنسیوں کی تعداد برابر بڑھ رہی ہے اور مشتہرین کی تعداد میں حیرت انگیز اضافہ ہوا ہے۔ آج کل تین سو سے زیادہ ایڈورٹائزنگ ایجنسیاں ہندوستان میں مصروف ہیں گذشتہ چند برسوں سے یہ خوشگوار تبدیلی آئی ہے کہ بڑے مشتہرین ہندوستانی زبانوں کے اخبارات کی جانب بھی توجہ دے رہے ہیں۔ ایک جائزہ کے مطابق ہندوستان میں اشتہار بازی پر سالانہ ایک تا ڈیڑھ کروڑ روپیوں کا اضافہ ہو رہا ہے جو ایک نیک فال ہے ماہرین کا کہنا ہے کہ آزادی کے بعد ہوئی ترقی کی روشنی میں ہندوستان میں ایک لاکھ اور دس لاکھ کے درمیان والی آبادی کے شہروں میں چھوٹے اخبارات اور خصوصاً ریاستی زبان میں نکلنے والے اخبارات کے

مستقبل زیادہ روشن ہے۔

ہندوستان میں چھوٹے اخبارات کو اشتہارات مرکزی حکومت، علاقائی حکومت، مقامی سینما گھروں، تجارتی کمپنیوں اور مقامی اداروں سے ملتے رہتے ہیں معمولی دکاندار ابھی بھی اشتہارات کی افادیت سے غافل اور محروم ہیں۔ مغربی ممالک میں چھوٹی سے چھوٹی دکان رکھنے والا بھی روزانہ یافت روزہ اخبار میں مختصر اشتہار دے کر اپنی تجارت کو فروغ دینے سے دلچسپی رکھتا ہے مگر ہندوستان میں اچھے خاصے دکاندار جو بڑی سہولت کے ساتھ اپنے اشتہارات مقامی اخبارات کو دینے کی سکت رکھتے ہیں آگے نہیں بڑھتے۔ اس طرح دیگر ترقی یافتہ ممالک کے مقابلے میں ہندوستان (Retail Advertising) (ریٹیل ایڈورٹائزنگ) مقبول نہیں ہوسکی ہے اگر ایسی تبدیلی رونما ہو جائے تو ہر شہر اور ہر گاؤں میں اخبارات کی اشاعت کی حوصلہ افزائی ہو جائے گی۔ کلکتہ، دہلی، بمبئی اور مدراس جیسے بڑے شہروں کے دکان دار حتی المقدور اخباری اشتہارات کو ترجیح دیتے ہیں ضرورت ہے کہ دیگر چھوٹے شہروں میں بھی دکان داروں کو مقامی اخبارات میں اشتہارات دینے کی ترغیب دی جائے۔

غور سے دیکھا جائے تو مرکزی حکومت کی وزارت اطلاعات ونشریات کے زیر اہتمام برسرعمل ''ڈائرکٹوریٹ آف آڈیو ویژول پبلسٹی'' (Directorate Of Audio Visual Publicity (D.A.V.P)) ہی ہندوستان کی سب سے بڑی ایڈورٹائزنگ ایجنسی ہے کیونکہ اسی کی وساطت سے ملک بھر کے بڑے،

درمیانی اور چھوٹے اخبارات کو اشتہارات دیے جاتے ہیں۔ اشتہارات کے ڈیزائن وغیرہ بنانے میں یہ سرکاری ادارہ دیگر بڑی ایڈورٹائزنگ ایجنسیوں کی بھی خدمات حاصل کرتا ہے۔ ہر سال تقریباً دو کروڑ اسی لاکھ روپیوں کے اشتہارات اس ادارہ سے جاری ہوتے ہیں۔

ملک بھر کے اخبارات میں اشتہارات دینے والے بڑے تجارتی ادارے براہ راست اخبارات کو اشتہارات بھیجنے کے بجائے مشہور ایڈورٹائزنگ ایجنسیوں کو ذمہ داری دے دیتے ہیں یہ ایک عام شکایت ہے کہ بڑی ایجنسیاں چھوٹے اخبارات کی حوصلہ افزائی نہیں کرتیں۔ ہر ریاست میں محکمہ اطلاعات یا شعبہ رابطہ عامہ قائم ہے جس کی وساطت سے ریاستی اخبارات کو اشتہارات دینے کا اہتمام ہوتا ہے۔ ایسے ریاستی محکمے عموماً علاقائی زبان میں شائع ہونیوالے اخبارات کو زیادہ اشتہارات دیتے ہیں اردو اخبارات سے تقریباً ہر جگہ سوتیلی ماں کا سلوک رہتا ہے اور اس اہم مسئلہ پر بہت کم توجہ دی جاتی ہے۔

ایک مشاہد کی رائے میں چھوٹے اخبارات کو حسب خواہش اشتہارات نہ ملنے کی ایک وجہ یہ بھی ہے کہ خود اخبارات اس کے لیے مناسب و معقول کوشش نہیں کرتے۔ مقامی صنعتی اداروں سے وہ ضروری رابطہ قائم نہیں رکھتے، مقامی بازاروں کا جائزہ نہیں لیتے۔ تقریباً ہر اخبار یہی چاہتا ہے کہ مشتہر خود چل کر اس کے دفتر میں آئے اور اشتہار کا مسودہ پیشگی رقم تھما کر چلا جائے۔ ایسے رویہ میں تبدیلی آنی ضروری ہے چھوٹے اخبارات ذرا محنت سے کام لیں اور اشتہارات حاصل

کرنے کے لیے آزمودہ اور نئے دونوں طریقوں کو اپنائیں تو انہیں ضرور کامیابی ہو گی۔

تشہیر کے بنیادی اصول

اشتہارات مشت اغراض و مقاصد کے تحت شائع ہوتے ہیں عام طور سے یہ مقاصد حسب ذیل ہوتے ہیں:

1مشتہر شدہ مصنوعات کا استعمال زیادہ سے زیادہ بڑھے

2 مصنوعات کے معیاد استعمال میں اضافہ ہو مثلاً لوگ دن میں ایک بار اپنے دانت صاف کرتے ہیں ٹوتھ پیسٹ بنانے والے مشتہرین ترغیب دیتے ہیں کہ دن میں دو بار دانت صاف کیے جائیں یعنی مقصد ہوتا ہے کہ ان کا ٹوتھ پیسٹ دگنی مقدار میں فروخت ہو۔

3 مصنوعات کے استعمال کے طریقوں میں اضافہ ہو

4 مصنوعات کی فروخت کے مقامات بڑھیں

5 مصنوعات کی خرید کے موسم میں اضافہ ہو مثلاً کافی فروش اشتہار دیتے ہیں کہ گرمی کے دنوں میں ٹھنڈی کافی پی جائے۔

6 نئی نسل کے افراد میں مصنوعات سے دلچسپی بڑھے

7 کارخانہ کی مصنوعات کی تعداد میں اضافہ ہو

8 اشیاء تیار کرنے والے کارخانہ کے بارے میں معلومات پھیلیں

9 متعلقہ شے کے تجارتی نام یعنی ''برانڈ'' نام کی زیادہ سے زیادہ مقبولیت ہو۔

10 کسی بھی شے کی افادیت کے متعلق عوام کو اطلاعات فراہم کر کے سماجی خدمت انجام دیں۔

11 مصنوعات کے بارے میں کوئی غلط افواہ پھیل گئی ہو تو اس کی تردید کے لیے اشتہار دینا۔

12 کسی شے کا متبادل بازار میں آ جائے تو عوام اور اپنے گاہکوں کی حمایت اور سرپرستی کو جاری رکھنے کی کوشش کرنا۔

13 ایسے افراد سے رابطہ پیدا کرنا جو اشیاء کی فروخت بڑھانے میں تعاون دے سکتے ہیں۔

مشتہرین اور اشتہارات تیار کرنے والی ایڈورٹائزنگ ایجنسیوں کو چاہیے کہ وہ عام اشیاء کی خریداری اور بازاروں کے تازہ ترین جائزے لے کر وقت کے تقاضوں کا لحاظ کر کے اپنے اشتہارات کے مسودے بنائیں اور مناسب ترین اخبارات میں انہیں اشاعت کے لیے روانہ کریں۔ خریداروں کی بھی کئی اقسام ہیں:

مثلاً خاموش، باتونی، دوستانہ، جراح کرنے والے، من موجی، گستاخ، طنز گو، شرمیلے، دھن کے پکے، وہمی، کامل اندازے لگانے والے، جلد باز، مول تول کرنے والے، دکان دار کی میٹھی باتوں میں آ جانے والے، ہر مشتہر کو جعلساز سمجھنے والے، ایک چیز خریدنے سے پہلے پانچ سات دکانوں میں بھاؤ دریافت کرنے

والے، ہمیشہ تذبذب میں رہنے والے، شیخی بگھارنے والے، زیادہ جستجو کرنے والے وغیرہ۔ اشتہارات کی تیاری کے دوران اس بات کا بھی خیال رکھا جائے کہ خریداروں میں مندرجہ ذیل اقسام بھی رہتے ہیں:

1 خواتین	2 جسمانی طور پر معذور
3 نوجوان لڑکے اور لڑکیاں	4 خودپسندی اور نمائش
5 غیر ملکی باشندے	

خریداروں میں کسی بھی شے کو خریدنے کی نیت کی وجوہات ہوتی ہیں اور ان تحریکات کا بھی مشتہرین خیال رکھیں۔

1 تحفظ اور سلامتی	2 آسانی اور آرام
3 الفت اور محبت	4 خودپسندی اور نمائش
5 حسد	6 فیشن پرستی اور جدت پسندی
7 جنس یا رومان پروری	8 لالچ، طمع
9 استعجاب	10 بلند معیار زندگی کا ذوق

کسی بھی چیز کا اشتہار دینے سے پہلے مشتہر کے لیے ضروری ہے کہ وہ اس بات کا جائزہ لے کہ اس کی مصنوعات کی فروخت کب اور کہاں زیادہ ہو سکے گی۔ آج کل ''بازار میں فروخت کرنا'' بھی ایک اہم فن قرار دیا گیا ہے جسے Marketing کہتے ہیں منتخب علاقوں میں خریداروں کے رجحانات کے سائنسی تجزیے کیے جاتے ہیں جنہیں ''بازار کی تحقیق'' یا ''مارکیٹ ریسرچ'' Market Research کہا

جاتا ہے۔ ماہر جائزہ نگار منتخبہ علاقوں میں عام خریداروں، تھوک فروشوں یعنی ہول سیل بیوپاریوں، متعلقہ اشیاء بیچنے والے معمولی دکانداروں سے ملاقات کر کے اندازہ لگاتے ہیں کہ اگر کوئی خاص شے مقبول ہے تو کیوں ہے؟ اور اگر کوئی برانڈ کی کوئی چیز کسی مقام پر نہیں فروخت ہو رہی ہے تو اس کی اصل وجہ کیا ہے؟ فیصلہ کیا جاتا ہے کہ کون سی شے کس موسم میں زیادہ بیچی جائے مثلاً گرمیوں کے موسم میں مشروبات کی مانگ زیادہ رہتی ہے، برسات کے موسم میں چھتریاں اور برساتی کوٹ زیادہ بکتے ہیں، سردیوں میں اونی کپڑوں، کمبلوں، خشک میوہ جات، کافی، زکام کی گولیوں وغیرہ کی فروخت بڑھ جاتی ہے۔ جس مقام پر بہت زیادہ برسات ہوتی ہے ربر کے جوتوں کے اشتہار زیادہ موثر ہوں گے۔ جن مقامات پر برف گرتی ہے وہاں برقی پنکھوں اور ریفریجریٹر کے اشتہارات سے فائدہ نہ ہو گا۔ بعض علاقوں میں سگریٹ کی فروخت کم ہوتی ہے۔ چند شہروں میں پان خوری عام ہوتی ہے کچھ ایسے علاقے ہیں جہاں اونی کپڑے کوئی خریدتا ہی نہیں غرض کسی بھی مشتہر کے لیے ''مارکیٹ'' سے گہری واقفیت بہت اہم ہے۔

ماہرین اس بات کی بھی صلاح دیتے ہیں کہ کسی بھی چیز کا نمونہ یعنی ڈیزائن کیسا ہو؟ سائز کس قدر ہو؟ پیکنگ کس انداز سے کی جائے؟ قیمت میں کمی کی جائے یا اضافہ کیا جائے؟ مقابل شے کی وجہ کیا تبدیلیاں لائی جائیں؟ وغیرہ موجودہ زمانہ کے خریدار زیادہ سمجھ دار سمجھے جاتے ہیں انہیں گھٹیا چیز فروخت کر کے بچا نہیں جا سکتا۔ برانڈ ناموں کی مقبولیت اتنی بڑھ گئی ہے کہ آج کل باسمتی چاول، دال، بیسن،

دودھ، پاپڑ اور اچار کے لیے بھی جانے پہچانے برانڈ نام بازار میں چل رہے ہیں عام استعمال کی ہر شے کو خوبصورت پیکنگ میں فروخت کرنے کا رواج جڑ پکڑتا جا رہا ہے اور کسی بھی برانڈ کو شہرت بخشنے کے لیے اشتہارات کی سخت ضرورت ہے۔

کئی لوگ اشتہار بازی سے نالاں ہیں۔وہ شکایت کرتے ہیں کہ اشتہارات کی وجہ سماج پر کئی برے اثرات پڑ رہے ہیں کچھ لوگ تو یہ بھی کہتے ہیں کہ اشتہارات جھوٹ کا پلندہ ہیں جس میں ہر غلط بات ایسے اچھوتے انداز میں کہہ دی جاتی ہے کہ عوام اسے صحیح اور سچ مان لینے پر مجبور ہو جاتے ہیں معترضین کہتے ہیں کہ اشتہارات میں بڑی چالاکی، صفائی، پاکیزگی اور اطمینان سے جھوٹ بولا جاتا ہے ہونہار بچوں پر ایسی باتوں کا اثر ضرر رساں ہوتا ہے۔بچوں کو ہمیشہ تاکید کی جاتی ہے کہ وہ جھوٹ سے پرہیز کریں اور ہر روز اخبارات میں، ریڈیو اور ٹیلی ویژن پر مشتہرین کی جانب سے دیے جانے والے غلط بیانات کا سامنا ہوتا ہے کئی باتوں کو بڑھا چڑھا کر بیان کیا جاتا ہے اشتہار دانت صاف کرنے کے برش کا ہو یا اونی سوٹنگس کا، معمولی کپڑے دھونے کے صابن کے سفوف کا ہو یا کسی رنگین ٹیلی ویژن کا، مبالغہ آمیزی سے کام لیا جاتا ہے۔ایک اور اعتراض یہ ہے کہ اشتہارات کے ذریعے ایسے موثر طریقے استعمال کیے جاتے ہیں کہ لوگوں میں ایسی چیزوں کی خریداری کی لگن جگا دی جاتی ہے جسے وہ اپنے طور پر بالکل خرید نہیں سکتے اور جب ان کی خواہش بہت بڑھتی ہے تو وہ قرض لے کر اسے خریدتے ہیں اور مشکلات میں پھنس جاتے ہیں یا کسی خاص چیز مثلاً ریفریجریٹر، واشنگ مشین یا وی سی آر کے گھر میں نہ ہونے سے بیوی

بچوں میں ایک طرح کی مایوسی پھیل جاتی ہے اور کبھی کبھی وہ احساس غربت کا شکار ہو جاتے ہیں جس کے دوررس نتائج کافی خطرناک ثابت ہو سکتے ہیں کہا جاتا ہے کہ جہیز کے مطالبات میں ذی اثر اشتہار بازی کا بھی بڑا حصہ رہتا ہے۔ اشتہارات کی وجہ بعض غیر ضروری اشیاء بھی بازار میں فروخت ہونے لگتی ہیں جس سے اقتصادی ڈھانچہ میں بھی دراڑ پڑنے کا خدشہ لگا رہتا ہے۔

افسوس کا مقام ہے کہ مشتہرین اپنے تقریباً تمام اشتہارات میں عورتوں کی تصاویر کا بے جا استعمال کرتے ہیں جنسی جذبات کو مشتعل کیا جاتا ہے بیشتر اشتہارات میں مخرب الاخلاق فقرے رہتے ہیں اشتہارات میں عورتوں کی تصاویر کے غلط استعمال پر کئی احتجاجی مظاہرے ہوئے ہیں اور کئی مطالبات حکومت کے سامنے بھی پیش ہو چکے ہیں اچھے اخبار کا فرض ہے کہ وہ اصول پسندی پر کاربند رہ کر ایسے اشتہارات کی اشاعت سے انکار کر دے جس میں نیم برہنہ تصاویر ہوں یا اوچھے جملے استعمال کئے گئے ہوں۔

ماہرین اقتصادیات بھی چاہتے ہیں کہ اشتہارات اپنا کردار ادا کریں مگر ان پر ایک حد تک روپیہ صرف ہو اصراف کی مذمت کرنا ضروری ہوتا ہے حالانکہ اشتہارات میں نقصانات بھی ہیں مگر محققین کا کہنا ہے کہ نقصانات سے زیادہ فوائد کی فہرست طویل ہے باور کیا جاتا ہے کہ اشتہار بازی جدید اقتصادی دنیا کی ایک بنیادی ضرورت ہے اور اس سے فرار کی صورت اختیار کرنا بڑی نادانی ہوگی۔ اشتہارات عصری زندگی میں رچ بس گئے ہیں۔ اشتہارات کے بغیر صنعت وتجارت کی دنیا

ڈگمگانے لگے گی۔ خریدار اشتہارات پر انحصار کرتے ہیں اشیاء بنانے والے اشتہارات کے بغیر ناکام رہ جائیں گے۔ دکاندار اشتہارات ہی پر منحصر خریداروں کی وجہ اپنی تجارت چمکائے ہوئے ہیں اور اخبارات تو اشتہارات کے بغیر زیادہ دنوں تک زندہ نہ رہ سکیں گے۔ اس طرح اشتہارات کی اہمیت مسلمہ ہے۔

کسی بھی اشتہار میں مسودہ اور مواد کی جاذب نظر ترتیب کی بڑی اہمیت ہوا کرتی ہے اشتہار لکھنے والا اپنے تصور کی قوت سے ایک ایسا نقشہ تیار کرتا ہے جس میں قارئین کی توجہ مبذول کرانے کا منشا ہوتا ہے کسی بھی اچھے اشتہار کی ابتدا ایک ''خیال'' سے ہوتی ہے اشتہار بنانے والا فن کار کسی نہ کسی تخیل کے ساتھ اشتہار کا خاکہ تیار کرتا ہے۔ پھر وہ طے کرتا ہے کہ کون سی تصویر کس انداز میں وہاں بٹھائی جائے؟ سرخی کیا ہو اور کتنی جلی یا کتنی مختصر ہو؟ اشتہار کے طے شدہ سائز میں الفاظ، تصاویر اور رنگوں کا فیصلہ ہوتا ہے ہر آرٹسٹ کا ذہن علیحدہ ہوتا ہے وہ کسی بھی اشتہار کے مختلف خاکے پہلے تو ذہن میں تیار کرتا ہے اور پھر مناسب خاکہ کاغذ پر بکھیرتا ہے پھر اس کی نوک پلک درست کی جاتی ہے اشتہار تیار کرنے والا ماہر جتنا تجربہ کار اور تخلیقی قوتوں کا مالک ہوگا اتنا ہی بہتر اور موثر خاکہ تیار ہو سکے گا۔

اشتہار کے خاکے کو صحافتی اصطلاح میں ''لے آؤٹ'' Lay Out کہتے ہیں اشتہار کا مسودہ ''کاپی'' Copy کہلاتا ہے ''کاپی'' میں تصاویر کا ہونا لازمی نہیں ہے بیشتر اشتہارات صرف الفاظ پر مشتمل ہوتے ہیں بعض مسودوں میں صرف کارٹوں یا صرف تصاویر ہوتی ہیں اور الفاظ کی تعداد بہت کم ہوا کرتی ہے کبھی کبھی ایک نعرہ

Slogan درج کردیتے ہیں یا متعلقہ شے کا ٹریڈ مارک شامل ہوتا ہے سرسری طور پر تیار ہونے والا ''لے آوٹ'' اوسط معیار کا ہوتا ہے محنت سے تیار کردہ ''لے آوٹ'' زیادہ دلکش اور موثر ثابت ہوگا۔ ایڈورٹائزنگ ایجنسیوں میں ''لے آوٹ آرٹسٹ'' کو پوری آزادی رہتی ہے کہ انہیں اچھی تنخواہیں دی جاتی ہیں بعض اشتہاری دفاتر میں تصوراتی خاکے تیار کرنے والے مصوروں کو ''وژولائزر'' Visualiser کہا جاتا ہے ''لے آوٹ'' کے لیے خاص اصول معین نہیں ہیں۔ اشیاء کی مناسب سے زبان کا لحاظ کرتے ہوئے مناسب طریقے پر ''لے آوٹ'' تیار کیا جاتا ہے کسی بھی اشتہار میں لفظ کا استعمال کافی احتیاط سے کیا جاتا ہے ٹائپ یا طرز تحریر پر بھی خصوصی توجہ دی جاتی ہے قومی سطح پر جاری کیے جانے والے اشتہارات پر بہت زیادہ محنت کی جاتی ہے اکثر ایسا ہوتا ہے کہ پہلا مسودہ انگریزی زبان میں تیار ہوتا ہے اور جس جس علاقائی زبان میں اشتہار کی اشاعت کا ارادہ ہے اس زبان کے ترجمے حاصل کیے جاتے ہیں عموماً ''لے آوٹ'' ایک ہی ہوتا ہے اور صرف زبان بدل جاتی ہے کچھ ایسے بھی تجارتی ادارے ہیں جو اشتہارات کا ترجمہ کسی بھی ہندوستان زبان میں فراہم کرسکتے ہیں۔

کسی بھی اشتہار کا لے آوٹ تیار کرتے وقت اس بات کا خصوصی خیال رکھا جاتا ہے کہ وہ قارئین کی توجہ حاصل کرے یعنی اشتہار کے رسوخ سے وہ کوئی خاص شے خریدنے پر آمادہ ہوجائے توجہ حاصل کرنے کے لیے کئی طریقے استعمال ہوتے ہیں مثلاً خوبصورت لڑکی کی تصاویر، جانوروں کی تصاویر، اشتہار میں خالی جگہ White

Space، دلکش رنگ، جلی حروف، شوخ سرخی، حیرت افزا بات یا اعداد وشمار دلچسپی کی خاطر ہر اس تحریک کا استعمال ہوتا ہے جس سے اخبار کے قارئین کی دلچسپی حاصل رہے مثلاً بچت کا لالچ، جنسی رغبت، تحفہ جات کی پیش کش، رعایت یا مفت انعامات کا اعلان، خریداری کے بعد بشرط ضرورت مفت مرمت کا وعدہ، قسطوں میں فروخت کا منصوبہ وغیرہ متوقع خریدار کے دل و دماغ میں متعلقہ شے حاصل کرنے کی خواہش اجاگر کرنے کی کوشش بھی الفاظ یا تصویر کے ذریعہ ممکن ہے اشتہارات میں ایسی اپیل ہوتی ہے کہ چالاک سے چالاک فرد بھی فریب کھا جاتا ہے وہ مشتہر شدہ شے جلد از جلد حاصل کرنے کی آرزو اپنے من میں جگالیتا ہے یا مشتہر شدہ خدمت سے استفادہ کرنے کے لیے مضطرب ہو جاتا ہے۔صرف خواہش جگا دینے سے اشتہار کا منشا پورا نہیں ہوتا۔قاری کا صرف خریدنے کا ارادہ مفید نہ ہوگا۔اشتہار کی کامیابی اسی وقت ممکن ہے جب ارادہ کرنے والا فرد عملی قدم اٹھائے یعنی وہ شے خرید لائے یا خدمت حاصل کرنے کے لیے مجوزہ مقام پر پہنچ جائے۔

چھوٹے اخبارات کو چاہیے کہ وہ اپنے یہاں شائع ہونے والے اشتہارات کو زیادہ بہتر طریقہ پر نمایاں کریں۔عموماً یہ دیکھا گیا ہے کہ اخبارات ''نقل مطابق اصل'' کے اصول پر عمل کرتے ہیں۔مشتہر کی جانب سے موصول شدہ اشتہار کا مسودہ جوں کا توں شائع کر دیتے ہیں۔نہ ہجوں کی تصحیح کرتے ہیں اور نہ اشتہار کی مجموعی صورت کو نکھارنے کا جتن کرتے ہیں۔ایڈورٹائزنگ ایجنسی کی جانب سے آنے والے یا حکومتی اداروں سے دیئے جانے والے اشتہارات میں کوئی ترمیم یا تنسیخ نہ

کی جائے۔ دیگر ذرائع سے براہ راست ملنے والے اشتہارات کا معیار بلند کرنے کے لیے ان میں بہتری لانے کی کوشش کی جاسکتی ہے شعبہ اشتہارات کا عملہ مشتہرین کو صلاح دے بلکہ ان کے سامنے عمدہ مسودے رکھ کر ان کی منظوری لے۔ بہتر اشتہارات کی اشاعت کی مخلصانہ کوشش میں بہتر مسودوں کے لیے عملہ ادارت کے اراکین کی بھی مدد طلب کی جائے۔ کسی بھی اخبار میں شائع ہونے والے اشتہارات کا معیار بلند ہو تو اس کا مجموعی اثر خوشگوار ہوتا ہے مشتہرین سے ایسے مسودوں کی اجرت طلب نہ کی جائے اگر مشتہرین رضا کارانہ طور پر ایسے بہتر مسودوں کی تحریر کا محنتانہ پیش کریں تو قبول کرنے میں کوئی مضائقہ نہیں کوئی معمولی مشتہر چھوٹے اخبارات میں اشتہار دے اور وہ اشتہار جاذب نظر بارڈر کے اہتمام کے ساتھ درج کیا جائے تو یقیناً مشتہر ایسے تعاون سے مسرور اور ممنون ہوگا۔

اخباری اشتہارات کے عام قواعد

عموماً اخبارات صبح کے اخبارات، شام کے اخبارات اور اتوار کے اخبارات (یا ہفتہ وار اخبارات) میں منقسم ہوتے ہیں شام کے اخبارات کو "خواتین" کے اخبارات کہا جاتا ہے کیونکہ اکثر و بیشتر گھریلو عورتیں شام کے اخبارات زیادہ توجہ سے پڑھتی ہیں صبح کے اخبارات بڑے شہروں سے شائع ہوتے ہیں مگر ان کی اشاعت دور دور تک پھیلی ہوتی ہے شام کے اخبارات عموماً بڑے شہروں سے نکلتے ہیں اور ان کا دائرہ اشاعت نسبتاً محدود رہتا ہے شہر کے مضافاتی مقامات میں یہ

آسانی سے ملتا ہے بعض جگہ پچاس تا ایک سوکلومیٹر کے فاصلے تک ان کی رسائی رہتی ہے اس لیے شام کے اخبارات عموماً مقامی Local اخبارات ہی گنے جاتے ہیں۔ چھوٹے شہروں میں چھوٹے اخبارات اکثر و بیشتر شام ہی میں شائع ہوتے ہیں تا کہ صبح کے بڑے اخبارات سے ان کا براہ راست مقابلہ نہ رہے۔ اتوار کو نکلنے والے اخبارات کی تعداد اشاعت زیادہ رہتی ہے کیونکہ تعطیل کی وجہ سے زیادہ لوگ اخبار خریدتے ہیں اور روزانہ اخبار خریدنے والے بھی اتوار کا اخبار فرصت سے اور زیادہ توجہ سے پڑھتے ہیں۔ لہذا روزانہ ایڈیشن کے مقابلہ میں اتوار کے ایڈیشن کے نرخ اشتہارات زیادہ ہوتے ہیں۔

ہر اخبار کا ایک ''نرخ نامہ اشتہارات' Advertisement Tariff طبع ہونا ضروری ہے۔ اس کتابچہ میں مندرجہ ذیل تفصیلات کا ہونا لازمی ہے

1 اخبار کا نام 2 مقام طباعت یا اشاعت

3 معیاد اشاعت یعنی روزنامہ / سہ نامہ ہفت روزہ / پندرہ روزہ / ماہ نامہ (اور اگر روزنامہ ہے تو یہ وضاحت بھی ضروری ہے کہ صبح کا اخبار ہے یا شام کا)

4 صفحات کی اوسطاً تعداد

5 صفحہ کا سائز

6 طریقہ طباعت یعنی لیٹر پریس، لیتھوگرافک، فوٹو آفسٹ، روٹوگرائیور

7 کاغذ کی وضاحت یعنی نیوز پرنٹ، میکانیکل گلیزڈ، پرنٹ گلیز، آرٹی فیشیل آرٹ، آفسیٹ پیپر۔

8 اخبار کے صفحہ کا وہ سائز جس میں اشتہارات شائع ہو سکتے ہیں، یہ سائز سینٹی میٹر میں دیا جائے۔

9 اگر اخبار کے صفحہ اول پر ''چوکھٹے'' Box یا Ear Panels اشتہارات کے لیے مخصوص ہوں تو ان کا سائز اور تعداد (یعنی ایک یا دوم، اگر آخری صفحہ پر بھی اشتہاری چوکھٹے موجود ہوں تو وہ بھی واضح ہو۔

10 اخبار کے دفتر کا صحیح پتہ، فون نمبر، ٹیلیکس نمبر، ٹیلی گرام کا پتہ، ایڈورٹائزمنٹ مینجر کی رہائش گاہ کے ٹیلی فون کا نمبر

11 اشتہارات کے نرخ کی ادائیگی کے بارے میں ضروری شرائط یعنی ادائیگی پیشگی وصول ہوگی یا حساب رکھا جائے گا اور بل کے بعد ادائیگی ہوگی۔

12 اخبار کی اشاعت کی تاریخ سے کتنے دن پہلے اشتہار کا مسودہ دفتر میں پہنچنا ضروری ہے۔

13 تصاویر کے متعلق ضروری ہدایات یعنی اگر ٹائپ کے ذریعہ اخبار چھپتا ہو تو لائن اور ہاف ٹون بلاکوں کے بارے میں ٹیکنیکی ہدایات، اگر آفسٹ کے ذریعہ طباعت ہوتی ہے تو کاپی کی ترسیل اور فوٹو کے بارے میں ہدایات کہ فوٹو Positive بھیجے جائیں یا Negative اور اگر لیتھو کی طباعت ہے تو چربوں وغیرہ کے متعلق ہدایات۔

14 اخبار کی تاریخ اجراء، مدیر کا نام، ملکیت کی تفصیلات یا دیگر ضروری معلومات حسب خواہش دی جا سکتی ہیں۔

15 تعداد اشاعت کے سلسلے میں اے بی سی سرٹیفکیٹ کا حوالہ دیا جا سکتا ہے یا تازہ ترین تعداد اشاعت کے بارے میں اشارہ دیا جائے یا اس سلسلے میں خاموشی اختیار کی جائے۔

مندرجہ بالا تمام تفصیلات کے بعد نرخ نامہ دیا جائے تو نمایاں اشتہارات Display Advertisements کے نرخ علیحدہ ہوں اور ترتیبی اشتہارات Classified Advertisements کے نرخ علیحدہ اور واضح طور پر درج ہوں۔ کانٹریکٹ Contract اور کیزول Casual اشتہارات کے نرخ بھی علیحدہ دیئے جائیں۔ نرخ نامہ میں کالم کی چوڑائی ضروری دی جائے اور صفحہ کی اوسطاً لمبائی کا تذکرہ کر دیا جائے تو بہتر ہے اگر اشتہارات بجائے کالم انچ یا کالم سینٹی میٹر کے حساب سے قبول کرنے کے صفحہ کا حساب سے لینا مطلوب ہو تو پورا صفحہ، آدھا صفحہ، ایک چوتھائی صفحہ اور 1/8 صفحہ کے نرخ دیئے جائیں اخبارات میں صفحہ اول پر اشتہار کے لیے 50%یا75%یا100% زیادہ نرخ رکھے جاتے ہیں اندرونی صفحات پر زیادہ پڑھے جانے والے صفحات پر اشتہار کے لیے25%یا50% زیادہ نرخ رکھے جاتے ہیں کچھ اخبارات میں سپورٹس صفحات پر اشتہارات کے لیے دگنے نرخ مقرر ہیں۔ تقریباً ہر اخبار میں ممتاز جگہ کے لیے کچھ نہ کچھ زیادہ نرخ رکھے جاتے ہیں۔

اگر ایک ہی دفتر سے صبح کا اخبار بھی شائع ہوتا ہے اور شام کا اخبار بھی تو دونوں کے لیے مشترکہ نرخ Combined Rates مقرر ہوتے ہیں جس سے مشتہرین کو

کچھ رعایت مل جاتی ہے مثلاً صبح کے اخبار میں نمایاں اشتہار کے لیے 45 روپے فی کالم سینٹی میٹر اور شام کے اخبار میں نرخ 15 روپے فی کالم سینٹی میٹر ہے تو دونوں اخبارات اسی اشتہار کے لیے 50 روپے فی کالم سینٹی میٹر کا رعایتی نرخ مقرر کر سکتے ہیں اسی طرح اگر ایک ہی ملکیت کے دو اخبار دو مختلف زبانوں میں شائع ہوتے ہیں تو عموماً مشترکہ رعایتی نرخ ہوا کرتے ہیں۔ مثلاً انگریزی روزنامہ کا نرخ فی کالم سینٹی میٹر 72 روپے اور ہندری روزنامہ کا نرخ فی کالم سینٹی میٹر 28 روپے ہے تو مشترکہ نرخ فی کالم سینٹی میٹر 90 روپے رکھا جائے گا ایک ہی دفتر سے تین چار مختلف اخبار نکلتے ہیں تو ان کے لیے بھی بہ تناسب رعایتی مشترکہ نرخ معین کیے جا سکتے ہیں۔

اگر کوئی مشتہر سال بھر کے لیے ایک مقررہ مقدار میں اشتہارات دینا چاہتا ہے تو اخبار اور مشتہر کے درمیان ایک معاہدہ ہوتا ہے جس پر فریقین کے دستخط ہوتے ہیں۔ عموماً اسے ''اسپیس کانٹرکٹ'' Space Contract کہتے ہیں کبھی کبھار جو اشتہارات دیے جاتے ہیں ان اشتہارات کے لیے جو ''آرڈر'' یا درخواست موصول ہوتی ہے اسے ''انسرشن آرڈر'' Insertion Order کہتے ہیں۔ مسلسل اشتہارات کے لیے بھی نرخ رعایتی ہوتے ہیں مثلاً ایک اخبار میں عام طور سے واحد کالم کے ایک سینٹی میٹر کے لیے نرخ 25 روپے لیا جاتا ہے، اگر کوئی مشتہر جاریہ سال کے دوران ایک ہزار سینٹی میٹر جگہ استعمال کرنے کا ارادہ ظاہر کر کے باقاعدہ معاہدہ کرتا ہے تو اسے رعایتی نرخ فی کالم سینٹی میٹر 22 روپے یا 20 روپے کی پیش

کش کی جا سکتی ہے عموماً طے شدہ نرخ کے حساب سے طے شدہ جگہ کا حساب لگا کر ایک تہائی یا نصف رقم پیشگی وصول کر لی جاتی ہے اگر متعلقہ مشتہر ایک ہزار سینٹی میٹر سے زیادہ بھی جگہ کا استعمال کرے تو اس سے رعایتی کانٹریکٹ نرخ ہی کی سہولت دی جائے گی معاہدہ کے بعد شائع ہونے والے پہلے اشتہار کی اشاعت سے لے کر آئندہ بارہ مہینوں کی معیاد کے اندر طے شدہ جگہ استعمال کرنا ضروری ہوتا ہے۔ عام طور سے یہ روایت ہے کہ معاہدہ پر دستخط ہونے کے تیس دن کے اندر اندر پہلا اشتہار شائع ہو جاتا ہے ایک سال سے زیادہ عرصہ کے لیے ایسے معاہدے نہیں ہوتے کیونکہ اخبارات کے اشتہارات کے نرخ میں ہمیشہ اضافہ ہوتا رہتا ہے معاہدہ ہو جانے کے بعد اگر نرخ میں اضافہ ہو گیا ہے تو مشتہر اضافہ شدہ نرخ ادا نہیں کرتا۔ معاہدہ میں طے شدہ نرخ کے حساب سے ہی بل کی ادائیگی ہوتی ہے کچھ اخبارات احتیاطاً معاہدہ میں ہی یہ شرط واضح کر دیتے ہیں کہ نوے دن کی پیشگی اطلاع کے ساتھ نرخ میں اضافہ کیا جا سکتا ہے، ایسی شرط کی صورت میں بھی معاہدہ کرنے والے مشتہرین تقریباً تین ماہ تک قدیم نرخوں پر اشتہارات شائع کروا لینے کے مجاز ہوتے ہیں معاہدہ میں مذکور دیگر شرائط کی تعمیل دونوں پر لازمی رہتی ہے۔

جب مشتہر کی جانب سے اشتہار کی اشاعت کی درخواست بھیجی جاتی ہے تو اس میں مندرجہ ذیل تفصیلات کا ہونا بہتر ہے:

1 آرڈر کے اجراء کی تاریخ　　2 مشتہر کا نام، پتہ

3 اخبار کا نام　　4 وہ تاریخ یا تاریخیں جس میں اشتہار کی

اشاعت مطلوب ہے

5 اشتہار کا سائز 6 عام جگہ دی جائے یا امتیازی؟ اگر امتیازی

تو وضاحت کہ کس صفحہ پر کس حیثیت میں اشتہار شائع ہو؟

7 قابل ادائیگی نرخ

8 کوئی اور ضروری ہدایت یا درخواست

اس کے علاوہ تشریحی نوٹ میں یہ بھی اشارہ دیا جائے کہ مرسلہ اشتہار کا ''پروف'' برائے منظوری بھیجا جائے یا نہیں؟ بلاک، ڈرائنگ و دیگر مواد کس طرح اخبار کے دفتر میں بھیجا گیا ہے یا بھیجا جائے گا؟ بل کی پیشگی ادائیگی ہو گی یا بل اشاعت کے بعد بھیجا جائے؟ اس کے علاوہ کوئی خاص شرط یا درخواست ہو تو درج کرنا افضل ہے۔

جس اشاعت میں اشتہار شائع ہوتا ہے اس کی عموماً دو کاپیاں مشتہر کو یا ایڈورٹائزنگ ایجنسی کو روانہ کی جاتی ہیں انہیں ''ووچر'' Voucher کاپی کہا جاتا ہے اگر دو سے زیادہ ''ووچر'' کاپیوں کی ضرورت ہو تو خصوصی درخواست پر فاضل کاپیاں مفت یا ادائیگی کے عوض فراہم کی جاتی ہیں بعض مشتہر پچاس یا ایک سو کاپیاں چاہتے ہیں ایسی درخواستیں پیشگی طلب کی جائیں اور عام قیمت فروخت کے حساب سے اخبار کی زائد کاپیوں کی رقم وصول کی جا سکتی ہے ترتیبی اشتہارات دینے والوں کو ''ووچر'' کاپیاں مفت نہیں دی جاتی ہیں ایڈورٹائزنگ ایجنسی کی وساطت سے آنے والے اشتہارات کی ''ووچر'' کاپیاں ایڈورٹائزنگ ایجنسی ہی کے نام بھیجی

جاتی ہیں۔

اخبارات عموماً ایسے اشتہارات چھاپنے سے انکار کرتے ہیں جو اخبار کے معیار کے مطابق نہ ہوں یا دینی جذبات سے میل نہ کھاتے ہوں مثلاً مسلم اخبارات میں شراب کے اشتہار نہیں دیے جاتے۔ ہر غیر اسلامی یا غیر اخلاقی شے کے اشتہارات رد کر دیے جاتے ہیں جعلسازی اور فریب کے اشتہارات نہیں لیے جاتے۔ معموں اور لاٹری کے اشتہارات نہیں قبول کیے جاتے مالی امور سے متعلق ایسے اشتہارات جن پر اخبار کے مالکان کو گمان ہے کہ وہ دیانت پر مبنی نہیں ہیں کسی بھی نرخ پر نہیں لیے جاتے کسی بھی فرد یا ادارہ یا مذہب یا تحریک پر حملہ کرنے والے اشتہارات شائع کرنا اخلاقاً اور قانوناً منع ہے کچھ اخبارات میں کسی بھی نوعیت کے لالچ بھرے انعامات کے اشتہارات بالکل قبول نہیں کیے جاتے بعض اخبارات میں نجومیوں، عاملوں، ہاتھ کی لکیروں کو دیکھ کر قسمت کا حال بتانے والے اداروں، ساحروں اور ایسے ہی عوامی جذبات سے کھیلنے والے اشتہارات نہیں دیے جاتے کئی معیاری اخبارات جنسی بیماریوں سے متعلق اعلانات کسی بھی قیمت پر شائع نہیں کرتے۔ ایسی دوائیوں کے اشتہارات بھی شائع نہیں کرتے جو حکومت سے اجازت کے بغیر تیار ہوتی ہیں۔ ہر ایسے اشتہار کی اشاعت سے انکار کیا جاتا ہے جس سے بد اخلاقی، بد تہذیبی اور سماجی گندگی پروان چڑھتی ہو تصاویر والے اشتہارات بھی سختی کے ساتھ واپس کر دیے جاتے ہیں۔

ہر اخبار کے ناشر کا یہ فرض ہے کہ وہ اپنے خریداروں کی اخلاقی قدروں کا احترام

کرے۔صرف نفع کی خاطر غلط قسم کے اشتہار قبول کر کے اپنے پیشہ کے تقدس کو داغ دارانہ بنائے۔ اخبار گھر میں بڑے بوڑھوں، بچوں اور بچیوں کی نظر سے بھی گذرتا ہے۔اس میں کوئی ایسی چیز اور ایسا اشتہار شائع نہ ہو جس سے پڑھنے والے کو خفت کا سامنا کرنا پڑے اپنی آمدنی کی قربانی دے کر اخبار کے ذمہ دار مالکان غلط قسم کے اشتہارات کی حوصلہ شکنی کریں ہندوستان میں تعزیرات ہند کے قوانین کی مدد سے فریبی مشتہرین پر مقدمہ دائر کیا جاسکتا ہے۔

اشتہار بازی سے متعلق ضروری معلومات

دی ایسوسی ایشن آف ایڈورٹائزنگ ایجنسیز ان انڈیا The Association of Advertising Agencies in India نامی ادارہ نے اشتہار بازی سے متعلق ایک ضابطہ اخلاق تیار کیا ہے جو ''کوڈ آف پریکٹس'' Code Of Practice کہلاتا ہے، جس میں کچھ اخلاقی ضابطے درج ہیں 1959ء میں ایڈورٹائزنگ کونسل آف انڈیا Advertising Council Of India کے نام سے ایک ادارہ معرض وجود میں آیا اس ادارہ کے اغراض و مقاصد میں اس بات پر بطور خاص زور دیا گیا تھا کہ ہندوستان میں اشتہارات کا معیار بلند کیا جائے اور خریداروں کے مفاد کا لحاظ رکھا جائے انڈین سوسائٹی آف اڈورٹائزرس Indian Society Of Advertisiers کی جانب سے اشتہار بازی میں غیر معمولی کامیابی حاصل کرنیوالوں کو ہر سال انعامات دیے جاتے ہیں بمبئی میں ایک اور پیشہ

وارانہ ادارہ ''سوسائٹی آف ایڈورٹائزنگ پرکٹیشنرس'' Society Of Advertising Pracitioners کے نام سے برسرعمل ہے۔ بمبئی میں ایڈورٹائزنگ کلب Advertising Club کے نام سے ایک اور پیشہ ورانہ ادارہ بھی قائم ہے۔ اشتہار بازی سے متعلق کئی رسائل بھی ہندوستان میں شائع ہوتے ہیں اشتہار بازی سے متعلق ضروری معلومات کے لیے سالانہ کتابیں بھی شائع ہوئی ہیں ان میں ''انفا پریس اینڈ ایڈورٹائزنگ ایر بک'' Infa Press And Advertising Year Book بے حد مقبول ہے۔ آڈٹ بیورو آف سرکیولیشنز Audit Bureau of Circulations نامی تنظیم مشتہرین اور ناشرین کے مفادات کے لیے قائم کی گئی ہے، جو اخبارات اور جرائد کی تعداد اشاعت کا تجزیہ اور تصدیق کرتی ہے۔

انڈین سوسائٹی آف ایڈورٹائزرس Indian Society Of Advertisers 1952ء میں سرگرم عمل ہے اور قومی سطح پر اشتہارات دینے والے تقریباً 60 فیصد مشتہرین اس ادارہ کے رکن ہیں۔ اس موقر ادارہ کے تین مختلف شعبے ہیں۔

1 رابطہ کمیٹی Liasion Committee

2 ذرائع اطلاعات کمیٹی Media Information Committee

3 آئی ایس اے، اے، اے، اے آئی میڈیا ریٹس کمیی (I.S.A.A.A.A.I.Media Rates Committee) یعنی انڈین سوسائٹی

آف ایڈورٹائزرس اور ایسوسی ایشن آف ایڈورٹائزنگ ایجنسیز ان انڈیا کی مشترکہ کمیٹی جو مختلف ذرائع ابلاغ کے نرخ ناموں کا تجزیہ کرتی ہے۔

ہندوستان میں فی الوقت تین سو سے زائد بڑی ایڈورٹائزنگ ایجنسیاں کام کر رہی ہیں ان میں سے چند مشہور ایجنسیوں کے نام حسب ذیل ہیں:

1 ائیرز Aiyars ایڈورٹائزنگ اینڈ مارکیٹنگ،

2 اجنتا ایڈورٹائزنگ

3 الفا ایڈورٹائزنگ سروس

4 بوماس لمیٹڈ

5 کلیرین Clarion ایڈورٹائزنگ سروسز

6 دتہ رام اینڈ کمپنی

7 ایورسٹ ایڈورٹائزنگ

8 گےویز Gayways پبلسٹی

9 گرافک ایڈورٹائزنگ

10 ہیروز Heros پبلسٹی سروس

11 لنٹاس Lintas لمیٹڈ

12 نیشنل ایڈورٹائزنگ سروس

13 پیراڈائز ایڈورٹائزنگ ایجنسی

14 رنجیت سیلز اینڈ پبلسٹی

15 رتن بترہ پرائیویٹ لمیٹڈ

16 شلپی ایڈورٹائزنگ لمیٹڈ

17 سستاس Sistas پرائیویٹ لمیٹڈ

18 الکا ایڈورٹائزنگ

19 کلاسک ایڈورٹائزنگ

20 ہندوستان تھامپسن (سابق جے والٹر تھامپسن کمپنی)

☆☆☆☆☆☆☆☆

اختتام ____________ حصہ دوم

باب 20

اشاعت

اشاعت یعنی سرکولیشن Circulation اخبار کے لیے اتنی ہی اہم ہے جتنی انسانی زندگی کے لیے جسم میں دوڑتے ہوئے خون کی ضرورت اخبارات کا صرف طبع ہو جانا اہم نہیں ہے ان کا خریدا جانا اور قارئین تک وقت کی پابندی کے ساتھ پہنچنا بھی بے حد ضروری ہے۔ اشتہارات حاصل کرنے کے لیے بھی اخبار کی تعداد اشاعت کا ثبوت دینا ہوتا ہے۔ اشتہارات کی طرح اشاعت کی بھی کاروباری اہمیت ہے عملہ ادارت کے اراکین اخبار ترتیب دے دیتے ہیں شعبہ طباعت اخبار چھاپ کر اپنی ذمہ داری پوری کر لیتا ہے مگر مطبوعہ اخبارات کو منزل مقصود پر پہنچانے کی ساری ذمہ داری سرکولیشن ڈیپارٹمنٹ کی ہوتی ہے۔

اشتہارات اور اشاعت ایک دوسرے پر انحصار کرتے ہیں اخبارات کی بہتر تقسیم کاری بھی ایک فن کا درجہ اختیار کر چکی ہے آمد ورفت کے تمام جدید وسائل کا فائدہ اٹھا کر مطبوعہ اخبار خریداروں، اخبار فروشوں اور کتب خانوں تک باقاعدہ سے بھیجنا دیکھنے میں تو آسان کام نظر آتا ہے مگر اس میں کئی مشکلات کا سامنا کرنا پڑتا ہے۔

پہلے پہل جب اخبارات نکلے تو صرف کتب فروشوں کے ذریعہ ہی بیچے جاتے تھے 1622ء میں لندن کے اخبار ''ویکلی نیوز'' کے مالک نڈنیل بٹر Nathaneil Butter نے سب سے پہلے یہ طریقہ نکالا کہ اخبار شاہراہوں پر صدا لگا کر بیچا جائے۔ کم وبیش اسی زمانہ میں لندن کے ناشروں نے اپنے اخبار بذریعہ ڈاک

انفرادی خریداروں کو اندرون ملک بھیجنے کا سلسلہ شروع کیا یہ دو ابتدائی طریقے ایجاد تو انگلستان میں ہوئے مگر اخبار کی اشاعت بڑھانے کے طریقوں کو فروغ امریکہ میں حاصل ہوا 1704ء میں جان کیمپ بیل (John-Campbell) نے اخبار نکالا تو تمام پرچے بذریعہ ڈاک روانہ کئے گئے جہاں ڈاک کا معقول انتظام نہ تھا وہاں اخبارات پہنچانے کے لیے گھوڑ اسوار دوڑائے گئے جو دور دراز مقامات پر خریداروں کو اخبار پہنچاتے تھے 1754ء سے امریکی شہروں میں بھی صدا لگا کر اخبار بیچنے والے ''ہاکر'' Hawker نظر آنے لگے خریداروں کے در پر اخبار پہنچانے کا سلسلہ 1786ء میں ''سلیم گزٹ'' Slaem Gazette نامی ہفت روزہ اخبار نے شروع کیا بوسٹن اور نیویارک کے اخبارات نے یہ طریقہ جلد اپنا لیا آج کل دنیا کے بیشتر ممالک میں یہ طریقہ کامیابی سے جاری ہے صرف عرب ممالک اور دیگر صحرائی علاقوں میں ایسا طریقہ اپنانا مشکل ہے گھوڑ سواروں کے بعد اخبار بگھی لے جاتے لگی۔ پھر موٹر بس اور آگے چل کر ریل سے اخبار بھیجے جانے لگے آج کل ہوائی جہازوں سے اخبارات کی روانگی عام ہوگئی ہے نقل وحمل کے تمام وسیلے اخبارات کی تقسیم کے لیے استعمال کیے جا رہے ہیں۔

سرکولیشن کا مطلب

''اخبارات کی بکری کی تعداد'' سرکولیشن کہلاتی ہے گذشتہ ساٹھ ستر برسوں میں سرکولیشن کے طور طریقوں میں کئی خوشگوار تبدیلیاں رونما ہوئی ہیں پچھلی صدی میں اخبارات براہ راست ایسی کمپنیوں کو برائے فروخت بھیج دیے جاتے تھے جو ''نیوز ڈسٹری بیوٹنگ ایجنسی'' News Distributing Agency کے نام سے کام کرتی تھیں۔ بعد میں اخبارات نے محسوس کیا کہ ایسے تجارتی اداروں کی وساطت

سے اخبار کی سربراہی کے بجائے براہ راست اخبار کے دفتر اور اس کی شاخوں سے ہی پرچے تقسیم کیے جائیں تو زیادہ آسانی بھی رہتی ہے اور مالی فائدہ بھی زیادہ ہوتا ہے۔

کسی بھی معیاری اخبار کے دفتر میں اشاعت کا شعبہ یعنی سرکولیشن ڈیپارٹمنٹ چار ضمنی شعبہ جات میں منقسم رہتا ہے:

شعبہ ڈاک Mail، شعبہ مفصلات Country Circulation، شعبہ شہر City Circulation، اور شعبہ فروخت Street Sales شعبہ ڈاک ان تمام پرچوں کی ذمہ داری لیتا ہے جو بذریعہ ڈاک بھیجے جاتے ہیں ڈاک سے بھیجے جانے والے پرچوں پر ''ریپر'' Wrapper لگانے پڑتے ہیں پھر اس پر پتے چسپاں کرنے ہوتے ہیں روزانہ سپرد ڈاک ہونے والے اخبارات کی تعداد کافی ہو تو ڈاک خانہ سے بغیر ڈاک ٹکٹ لگائے سپرد ڈاک کرنے کی اجازت دی جاتی ہے اور اس کے لیے ایک لائسنس نمبر دیا جاتا ہے جس کے ساتھ ''ریپر'' پر یہ لکھنا ضروری ہوتا ہے کہ:

''Licensed To Post Without Prepayment'' ایسی سہولت کے تازہ قواعد وضوابط مقامی صدر ڈاک خانہ سے حاصل کیے جاسکتے ہیں۔

شعبہ مفصلات اندرون ریاست یا اندرون **ملک** دیہاتی علاقوں میں اخبار پہنچانے کی ذمہ داری ادا کرتا ہے چھوٹے موٹے قریوں کو اخبارات کے بنڈل بذریعہ ٹرانسپورٹ بس بھیجے جاتے ہیں جہاں اخبارات کی مانگ زیادہ ہے یا ایسے مقامات پر جو درمیانی شہروں کی راہ میں پڑتے ہیں اخبارات کے بنڈل بذریعہ موٹر وین (Motor Van) روانہ ہوتے ہیں۔ ریل، بس اور ہوائی جہاز میں اخبارات

کے بنڈل رعایتی نرخوں پر قبول کیے جاتے ہیں۔

بڑے شہروں میں اخبار کی بروقت تقسیم بھی ایک مرحلہ ہے بڑے شہروں میں اونچی عمارتوں میں، فلیٹوں میں، مضافاتی علاقوں میں، پیچ دار گلیوں میں، مصروف بازاروں اور سینکڑوں بلکہ ہزاروں دفاتر میں اخبار باقاعدگی سے پہنچانا ایک مشکل کام ہے مگر تجربات کے ساتھ اس میں آسانی پیدا ہوگئی ہے ریلوے اسٹیشن، سٹی بس اسٹینڈ، ہوائی اڈہ وغیرہ پر بھی اخبارات کی فروخت کا اہتمام کرنا پڑتا ہے۔

ہر صبح ہر بڑے شہر کے مرکزی مقامات پر صدا لگا کر تازہ اخبار بیچنے کا طریقہ آج بھی رائج ہے ہر بڑے شہر میں روزانہ ہزاروں بلکہ لاکھوں لوگ کسی نہ کسی کام سے آتے رہتے ہیں ایسے عارضی طور پر شہر میں آنے والے لوگوں کی تعداد کو ''فلوٹنگ پاپولیشن'' Floting Population کہا جاتا ہے۔ کچھ لوگ روزانہ تو اخبار نہیں خریدتے البتہ صدا لگانے والا کوئی چٹ پٹی سرخی کی صدا لگا کر اخبار بیچ رہا ہو تو ان کے کان کھڑے ہو جاتے ہیں اور وہ جھٹ سے اخبار خرید لیتے ہیں۔

ڈاک سے پرچے روانہ کرنے کے لیے چھاپنے یا پتہ کی چٹ Chit چسپاں کرنے کی خودکار مشینیں آسانی سے مل جاتی ہیں۔ بڑے اخبارات جہاں سے روزانہ ہزاروں پرچے سپرد ڈاک ہوتے ہیں وہاں محکمہ ڈاک و تار کی جانب سے ایک ''سارٹنگ آفس'' (Sorting Office) کھول دی جاتی ہے جہاں سے بڑی آسانی، تیزی اور کفایت سے پرچے بھیجے جا سکتے ہیں۔ ڈاک سے اخبار بھیجنے کے لیے رعایتی نرخ مقرر ہیں مگر ایسی رعایت سے فائدہ اٹھانے کے لیے اپنے علاقہ کے پوسٹ ماسٹر جنرل سے رجوع کرنا ضروری ہوتا ہے۔ پچاس ایسے خریداروں کی فہرست مہیا کی جاتی ہے جو سالانہ یا چھ ماہی قیمت ادا کر کے اپنا اخبار بذریعہ ڈاک

منگواتے ہیں محکمہ ڈاک متعلقہ اخبار کو رجسٹر کر کے ایک نمبر دے دیتا ہے، جسے ڈی نمبر کہا جاتا ہے اسے نمایاں مقام پر شائع کرنا ہوتا ہے۔

ملک کے چھوٹے موٹے مقامات پر بھی آج کل روزانہ اخبارات کی مانگ میں برابر اضافہ ہوتا جا رہا ہے ہندوستان میں خواندگی بڑھ رہی ہے اور جمہوری نظام کی مقبولیت کے ساتھ اخبار بینی کا شوق بھی مسلسل بڑھ رہا ہے مفصلات کے خریدار بھی یہی چاہتے ہیں کہ صبح کا پرچہ جلد از جلد ان کے در پر پہونچا دیا جائے۔ کچھ سالوں پہلے انہیں اخبارات بالکل نہیں ملتے تھے اور ملتے بھی تو دو یا تین دن کی تاخیر سے۔ آج کل تقریباً ہر جگہ روزانہ اخبار تیز رفتاری اور باقاعدگی سے پہنچائے جاتے ہیں۔

سرکولیشن کی اہمیت

ایک زمانہ تھا جب سرکولیشن کو صرف اخبارات کی تقسیم اور ایک بہت معمولی کام سمجھا جاتا تھا آج کل شعبہ سرکولیشن کی اہمیت عملہ ادارت اور شعبہ اشتہارات کے مساوی سمجھی جاتی ہے سرکولیشن کا شعبہ اگر اشاعت کی توسیع میں کامیاب ہوگا تو اخبار کی شہرت اور مقبولیت کے ساتھ ہی اشتہارات کی تعداد اور اس سے ہونے والی آمدنی میں بھی اضافہ ہوگا عصری زندگی میں جاریہ زبردست صنعتی ترقی نے اخبارات اور اشتہارات کی بڑی حوصلہ افزائی کی ہے صنعت کار اور تاجر اپنے اشتہارات اخبارات کو دیتے وقت یہ یقین کر لینا چاہتے ہیں کہ متعلقہ اخبارات کی اشاعت واقعتاً وسیع اور کثیر ہے۔ مشتہرین عموماً تجارتی ذہن رکھتے ہیں انہیں اخبار کے علمی ادبی معیار سے زیادہ عوامی پسندیدگی سے دلچسپی ہوتی ہے۔ جب سے ریڈیو اور ٹیلی ویژن سے مقابلہ شروع ہوا ہے اخبار کا شعبہ سرکولیشن حد درجہ تیز رفتاری سے اخبارات پہنچانے میں مستعد رہتا ہے ہمعصر اخبارات بھی اشاعت کے میدان میں

ایک دوسرے پر سبقت لے جانے کی دھن میں لگے رہتے ہیں۔

ہر اخبار کا شعبہ اشاعت الگ ڈھنگ کا ہوتا ہے بڑے اخبارات میں اس شعبہ میں کافی تعداد میں لوگ کام کرتے ہیں اس شعبہ کی وسعت کا انحصار اشاعت کی تعداد پر منحصر ہوتا ہے محدود اشاعت والے اخبار محدود عملہ سے کام چلا لیتے ہیں اشاعت جتنی کثیر ہوگی سرکولیشن کا شعبہ اتنا ہی بڑا ہوگا اس شعبہ کا سربراہ تقریباً ہر جگہ ''سرکولیشن مینجر'' Circulation Manager کہلاتا ہے یہ ایک خاص انتظامی ذمہ داری ہوتی ہے۔شعبہ میں مصروف جملہ کارکنوں میں اشتراک عمل پر زور دیا جاتا ہے اس شعبہ میں کم سے کم وقت میں زیادہ کام کرنا ہوتا ہے ریل، بس اور ہوائی جہاز کے اڈوں پر پرچوں کے بنڈل اگر ایک لمحہ کی تاخیر سے بھی پہنچیں تو کافی نقصان ہوتا ہے اخبار روانگی سے رہ جاتا ہے وقت کی پابندی اس شعبہ کا اولین اور اہم ترین اصول ہے۔

شاہراہوں پر اخبار کی فروخت کے بھی مختلف طریقے ہیں بعض اخبارات اپنے سول ایجنٹ Sole Agent مقرر کرتے ہیں جو ایک مقررہ تعداد میں پرچے خرید کر لڑکوں کو، نکڑ پر اور اخبار فروشوں کی دکانوں کو اور دیگر اخبار بیچنے کے مراکز کو پرچے فراہم کرتے ہیں بعض اخبارات اپنے دفتر سے ہی روزانہ پرچے براہ راست ''ہاکروں'' کو دیتے ہیں اخبار کے دفتر کے باہر بھی پرچے کی فروخت کا انتظام ہو تو بہتر ہے کیونکہ اکثر لوگ اخبار کی تلاش میں اخبار کے دفتر آ جاتے ہیں دفتر میں خریداروں کی سہولت کے لیے پرانے پرچوں کی فروخت کا بھی انتظام کرنا ہوتا ہے بعض اخبارات میں ''سٹی سرکولیٹر'' City Circulator کے نام سے ایک کارکن معین ہوتا ہے جو شہر میں اخبار کی فروخت کی ساری ذمہ داری سنبھال لیتا ہے۔

بڑے شہروں میں کسی بھی اخبار کی تقسیم کا منظم کرنا ایک مشکل کام ہے خریداروں کو مطمئن رکھنے کے لیے ہر ممکنہ کوشش کرنی ہوتی ہے شہری خریدار اگر اخبار پانچ دس منٹ کی تاخیر سے بھی آتا ہے تو ناراض ہو جاتے ہیں بہتر اور بروقت تقسیم کے لیے بڑے شہر کو ''علاقوں'' میں منقسم کر دیا جاتا ہے انہیں ''ڈسٹرکٹ'' District یا ''زون'' Zone کہا جاتا ہے ہر علاقہ میں بروقت اخبار پہنچانے کے لیے موٹروین کا انتظام رہتا ہے اور تسلی بخش تقسیم کی نگرانی کے لیے ''سوپروائزر'' Superviser مقرر ہوتے ہیں اگر موٹروین اخبار کے دفتر کی ملکیت ہیں تو ان کی بروقت روانگی کی تصدیق کے لیے ایک علیحدہ کارکن مقرر ہوتا ہے اگر یہ ذمہ داری کسی پرائیویٹ ٹرانسپورٹ کنڈیکٹر یا ''کیریئر'' (Carrier) کو سونپی گئی ہے تو معاہدہ میں یہ کڑی شرط رکھی جاتی ہے کہ وہ بروقت سپلائی کے لیے ہر ممکن سعی کرے اور متبادل گاڑیاں بھی ہمیشہ تیار رکھے۔

چھوٹے اخبارات جو موٹروین کے اخراجات کے متحمل نہیں ہوتے سائیکلوں سے کام چلاتے ہیں بعض اخبارات پرچے تقسیم کرنے والوں کو سائیکل دفتر سے فراہم کرتے ہیں یا انہیں سائیکل خریدنے کے لیے آسان قسطوں پر بلا سود قرضہ جات دیتے ہیں۔ بصورت دیگر تنخواہ پر تقسیم کاروں کو مقرر کرتے وقت یہ شرط لگا دی جاتی ہے کہ سائیکل کا وہ خود انتظام کر لیں گے جہاں اخبارات زیادہ تعداد میں بھیجے جانے کی ضرورت ہے وہاں تین پہیوں والی ''ڈلیوری'' (Delivery) یا سائیکل رکشا سے بھی کام نکالا جاتا ہے درمیانی سائز کے اخبارات سکوٹر یا آٹو رکشا سے بھی مدد لیتے ہیں۔

سرکولیشن کو اخبارات کے لیے ''برقی قوت'' سے بھی تشبیہہ دی جاتی ہے ایک

عام اندازے کے مطابق ہر اوسط اخبار کو اپنی آمدنی کا کم از کم ایک تہائی حصہ پرچوں کی فروخت سے حاصل ہوتا ہے اور کچھ ماہرین کا یہ اندازہ ہے کہ صرف اس رقم میں سے تقریباً ایک اور تہائی رقم سرکولیشن شعبہ کے اہتمام پر ہی صرف ہو جاتی ہے یعنی ہر اخبار میں 11 فیصد سے 12 فیصد خرچ سرکولیشن ہی پر ہو جاتا ہے یہ اعداد و شمار ہر ملک اور ہر علاقہ میں جدا ہو سکتے ہیں۔

کچھ اخبار کسی خاص طبقہ کے ذوق کی تسکین کے لیے شائع ہوتے ہیں اور کچھ عوام کے لیے ہوتے ہیں۔ بعض اخبار سنجیدہ رہ کر اعلیٰ تعلیم یافتہ طبقہ میں مقبولیت حاصل کرتے ہیں اور بعض عوامی ذوق کو زیادہ اہمیت دے کر آسان زبان میں ایسی خبریں اور فیچر شائع کرتے ہیں جو عام خریدار کو زیادہ بھاتے ہیں۔ تقریباً ہر ملک اور ہر زبان میں یہ صورت حاصل ہے کہ کچھ اخبارات صحافت کی اعلیٰ قدروں کے علمبردار ہوتے ہیں اور کچھ عوام کی پسند ہی کو مکمل ترجیح دیتے ہیں۔

اشاعت کے بھی کئی عناصر ہیں جن میں اقتصادی عنصر، جغرافیائی عنصر، معاشرتی عنصر اور اخباری پالیسی اہم ہیں۔

کسی بھی اخبار کے اجراء سے پہلے مالک اخبار کو یہ جاننا ضروری ہے کہ جس علاقہ اور جس زبان میں وہ اخبار شروع کرنا چاہتے ہیں وہاں مالی اعتبار سے مجوزہ اخبار کی سرپرستی کی توقع کس حد تک ہے؟ کیا وہاں کے رہنے والوں میں اتنی قوت خرید ہے کہ وہ اخبار کی خریداری قبول کریں گے؟ ساتھ ہی یہ بھی جائزہ لینا ضروری ہے کہ وہاں اشتہارات کے ذریعہ اخبار کی حمایت کرنے والے دکانداروں، صنعت کاروں، سرکاری اور نیم سرکاری اداروں کی اچھی خاصی تعداد ہے یا نہیں؟ جب تک ان دو اہم امور کا تسلی بخش جائزہ نہ لیا جائے کسی اخبار یا رسالہ پر خطیر سرمایہ لگانا ایک

فاش غلطی ہو گی ۔ جہاں چھوٹی موٹی یا بڑی صنعت ہوتی ہیں وہاں اشتہارات حاصل کرنے میں کوئی خاص دقت نہیں ہوتی ۔بعض علاقے اتنے پسماندہ ہوتے ہیں کہ وہاں کوشش کے باوجود اخبار کو کامیاب نہیں بنایا جاسکتا اسی طرح زبان کے بارے میں بھی یہی کہا جاسکتا ہے مثال کے طور پر اگر کوئی صاحب کیرالا کے کسی شہر سے اردو روزنامہ جاری کرنے کی کوشش کریں تو ظاہر ہے کہ انہیں سخت ناکامی کا سامنا کرنا پڑے گا کیونکہ اس جنوبی ریاست میں اکثریت کی زبان ملیالم ہے اور اردو بہت کم پڑھی جاتی ہے ۔ ہندوستان میں کئی ایسے علاقے ہیں جہاں اقتصادی وجوہ کی بناء پر اخبارات کم چل پاتے ہیں ۔

اکثر اوقات آب وہوا، جغرافیائی حیثیت ،حدود اربع اور قدرتی وسائل کا اثر بھی کسی اخبار کی اشاعت پر پڑتا ہے مثلاً جس ریاست میں ریگستانی علاقے زیادہ ہوں گے وہاں آبادی بھی کم ہوگی اور ریت کی وجہ سے اخبار کی ترسیل میں بھی دقت ہوگی ایسے مقامات پر جہاں مسلسل برسات ہوتی ہو وہاں لوگ چاہنے کے باوجود اخبار نہ خرید سکیں گے اور اخبار کا دفتر کوشش کے باوجود گھر گھر اخبار پہنچانے سے اپنے آپ کو مجبور پائے گا کچھ اندرونی یا ساحلی یا پہاڑی علاقوں کی جغرافیائی حیثیت ہی ایسی مسئلہ دشوار ہوتی ہے کہ وہاں اشاعت کی ترقی ناممکن ہوتی ہے ہندوستان کے آس پاس کئی ایسے جزائر ہیں جہاں اخبار کوشش کے باوجود بھی بروقت نہیں پہنچایا جاسکتا۔

انسان یکساں پیدا نہیں ہوتے اور وہ یکساں جی نہیں سکتے ۔انسانی زندگی میں کئی طرح کی تفریق ہے امیر وغریب ، چالاک اور بدھو، مہذب اور غیر مہذب ، عالم اور جاہل ، فاضل اور غافل ، بیدار اور بیکار، فعال اور کاہل انسان ہر ملک میں ہر معاشرہ میں ہر دور میں پائے گئے ہیں ۔عصری زندگی میں بھی انسانوں میں یکسانیت کا

خواب دیکھنا بڑی نادانی ہوگی۔ انسان کئی سطحوں میں بٹے ہوئے ہیں۔ انسان کئی دائروں میں گھرے ہوئے ہیں۔ انسان کئی جماعتوں اور ضمنی جماعتوں میں منقسم ہیں کہیں نسلی امتیازات کی وجہ سے اختلافات بڑھے ہوئے ہیں تو کہیں سیاسی نظریات کی وجہ ایک بڑی دیوار انسانوں کے درمیان اٹھ کھڑی ہو جاتی ہے کہیں مذہب کی وجہ سے انسان ایک دوسرے کے خون کے پیاسے بنے پھرتے ہیں کہیں تعلیم اور جاہلیت کی وجہ سے انسانوں میں خلیج وسیع ہوگئی ہے۔ بعض جگہ ثقافتی ہم آہنگی نہ ہونے کی وجہ سے انسان دشمن کی آگ بھڑکائی جاتی ہے۔ سماجی ورثہ اور دانش مندانہ ماحول کی وجہ سے بھی اخبارات کے معیار میں اونچ نیچ ممکن ہے۔ کوئی بھی اخبار جانے یا انجانے میں ہمعصر معاشرہ کا عکاس ہوتا ہے۔ اخبار میں کم وبیش وہی باتیں شائع ہوتی ہیں جن میں متعلقہ ملک یا ریاست یا علاقہ کے لوگ زیادہ مشغول ہیں۔ ہر علاقہ کے تیوہار الگ ہیں ہر ریاست کے ثقافتی میلوں کی غرض و غایت الگ ہے۔ ہر زبان کے ادب کی اقدار جدا ہیں مثلاً پوجا کا موسم آتا ہے تو بنگال کا ماحول اپنے خصوصی رنگ میں مست رہتا ہے۔ اونم کے دن ہوتے ہیں تو کیرالا کے رات و دن میں یقینی طور پر تغیرات رونما ہو جاتے ہیں۔ بیساکھی کی وجہ سے پنجاب کا معاشرہ مست رہتا ہے تو پونگل کے موسم میں تامل ناڈو کے خاندانوں میں عجب چہل پہل رہتی ہے۔ اسی طرح ہولی، دیوالی، محرم، بسنت پنچھمی، کرسمس، رمضان جیسے موقعوں پر متعلقہ قوموں، فرقوں اور علاقوں کے روزمرہ کا ڈھنگ ہی یکسر بدلا ہوا ہوتا ہے ایسے واقعات کا اثر بھی اخبارات اور رسائل کی اشاعت پر کبھی اچھا اور کبھی برا پڑتا ہے مثلاً دیوالی کے موقعہ پر ہندی اور تامل رسالہ جات کے خصوصی نمبر کافی خوب صورت، ضخیم اور عمدہ ہوتے ہیں جنہیں قارئین رغبت سے خریدتے ہیں رمضان

المبارک کے مہینہ میں مسلمان تفریحی مصروفیات سے بالکل الگ تھلگ رہنا چاہتے ہیں کرسمس کے موقعہ پر خرید وفروخت کچھ اس قدر بڑھ جاتی ہے کہ اخبارات میں اشتہارات کی بھرمار ہوتی ہے۔سرکولیشن کے شعبہ کے ذمہ دار ایسے تمام عناصر سے بے خبر رہتے ہیں اور اندازہ لگاتے ہیں کہ کس موقعہ پر کس نوعیت کے مضامین یا خاص نمبر خریداروں کی نظر عنایت زیادہ آسانی سے جیت سکیں گے۔

اخبارات کے ناشرین کی انفرادی، جماعتی یا سیاسی پالیسی کا اثر بھی اخبار کی تعداد اشاعت پر پڑتا ہے جو اخبار ایک پارٹی کا زیادہ حامی ہوتا ہے اسے دوسری پارٹی کے لوگ کم پڑھتے ہیں۔ ہمیشہ حکومت کی مخالفت کرنے والا اخبار عوام میں زیادہ مقبول نہیں ہو پاتا۔غیر جانب داری سے کام لینے والے سلجھے نظریات والے معیاری اخبار کو اعلیٰ تعلیم یافتہ طبقہ کی سرپرستی زیادہ آسانی سے حاصل ہو جاتی ہے۔ اخبار کی پالیسی کا اثر اخبار کی اشاعت،مقبولیت اور اشتہارات پر یکساں انداز میں پڑتا ہے۔

سرکولیشن مینجر کی ذمہ داریاں

سرکولیشن مینجر چھوٹے اخبار کا ہو یا بڑے اخبار کا، اس کی ذمہ داریاں اہم ہوتی ہیں۔اخبارات بروقت پہنچانے کے علاوہ بھی اس کے کئی اور فرائض ہیں۔دفتر سے باہر بھیجے جانے والے تمام پرچوں کا حساب اسے رکھنا ہوتا۔سالانہ، ششماہی یا سہ ماہی خریداروں کو باقاعدگی سے پرچہ بھیجنے اور ان کی معیاد خریداری ختم ہونے سے کچھ دن پہلے ان کو اطلاع دے کر توسیع خریداری کی درخواست کرنا ہوتی ہے۔ شاہراہوں پر اخبار بیچنے والے لڑکوں کو اخبار کی فراہمی کا حساب کتاب رکھنا ہوتا ہے۔ایجنٹ صاحبان کا باقاعدہ بل بھیجنا، ادائیگی کی یاددہانی کرانا اور ممکن ہو تو کسی

نمائندے کو بھیج کر رقوم وصول کرنے کی کوشش کرنا سرکولیشن مینجر کے فرائض میں داخل ہے۔

ہر اخبار کے بندھے بندھائے خریدار ضرور ہوتے ہیں۔ سرکولیشن مینجر کو عملہ ادارت کو مشورہ دینا ہوتا ہے کہ مستقل خریدار کس قسم کا مواد پسند کر رہے ہیں اور کس نوعیت کے مواد سے بیزارگی کا اظہار کر رہے ہیں بڑے اخبارات میں خریداروں کے رجحانات کا علم حاصل کرنے کے لیے باقاعدہ تحقیقی جائزے کیے جاتے ہیں جنہیں ''ریڈرشپ سروے'' Reader ship Survery کہا جاتا ہے سائنسی اصولوں پر مبنی ایسے جائزوں کے نتائج کی روشنی میں عملہ ادارت کو ہدایت دی جاسکتی ہے کہ اخبار میں کون سے کالم زیادہ مرغوب ہیں اور کون سے کالم دلچسپی سے نہیں پڑھے جاتے۔

سرکولیشن مینجر کے لیے لازم ہے کہ وہ اس علاقہ کے چپہ چپہ سے واقف ہو جہاں اس کا اخبار کثرت سے فروخت ہوتا ہے۔ اگر کسی گاؤں یا شہر میں یا بڑے شہر کے کسی علاقہ میں اخبار کی فروخت یا مقبولیت میں کمی واقع ہو رہی ہے تو یہ سرکولیشن مینجر ہی کا فرض ہے کہ وہ اس بات کی کھوج لگائے کہ کن وجوہ کی بناء پر ایسی کمی واقع ہو رہی ہے تاکہ خامیوں کو دور کرنے کی ہر ممکن کوشش کی جائے۔ اسی طرح کسی جگہ تعداد اشاعت میں غیر معمولی اضافہ بھی ہو رہا ہے تو یہ پتہ لگانے کی کوشش کی جائے کہ کن خصوصی وجوہ کی بناء پر مقبولیت بڑھ رہی ہے تاکہ ایسے ذوق کی زیادہ تسکین کا اہتمام کیا جائے۔

سرکولیشن مینجر کے پاس ایک ایسی فہرست ہونی چاہیے کہ کون کون سے دن کس کس مقام پر اخبار کی مانگ زیادہ یا کم ہوتی ہے مثلاً اتوار کے دن تقریباً ہر مقام پر

اخبار زیادہ تعداد میں منگوایا جاتا ہے لاٹری کے نتائج یا اہم امتحانات کے نتائج جس دن شائع ہوتے ہیں فروخت زیادہ ہوتی ہے یوم آزادی، یوم جمہوریہ اور دیگر عام چھٹیوں کے دن بھی ایسے عارضی خریدار یکلخت بڑھ جاتے ہیں جو ہر دن اخبار نہیں خریدتے۔ جہاں میلے ٹھیلے، عرس، نمائش یا خصوصی تیوہار منعقد ہوتے ہیں اخبار کی مانگ میں زبردست اضافہ ہو جاتا ہے۔ اسی طرح بعض ایسے ایام اور موسم بھی ہوتے ہیں جب کسی مخصوص وجہ سے اخبار کی فروخت دھیمی پڑ جاتی ہے۔

جب کوئی نیا اخبار بازار میں آنے کا امکان ہے تو سرکولیشن منیجر کے مسائل میں اضافہ ہو جاتا ہے کیونکہ مقابلہ کے لیے تیاری ضروری ہوتی ہے۔ ظاہر ہے کہ ہر نیا اخبار قدیم اخبارات کے خریداروں کو اپنی جانب مائل کرنے کی ہر ممکنہ کوشش کرے گا ایسے موقعوں پر پیشگی تیاری اور عملہ ادارت سے تعاون طلب کرکے سرکولیشن منیجر اس بات کی کوشش کرے کہ اس کے اخبار کی فروخت پر کوئی خاص اثر نہ پڑنے پائے۔

شعبہ سرکولیشن میں بس، ریل اور ہوائی جہاز کی آمد و رفت کے تمام نظام اوقات کے تازہ ترین پرچے تیار رہیں۔ وقتاً فوقتاً ہونے والی تبدیلیوں کو باقاعدگی سے نوٹ کیا جائے۔ خوشگوار رابطہ عامہ کا تقاضا ہے کہ مہینہ میں ایک بار یا دو بار سرکولیشن منیجر بس، ریل اور ہوائی اڈوں کے ایسے افسران اور کارندوں سے ملاقات کرے جو عام طور سے اخبارات کے بنڈل کی روانگی کے ذمہ دار رہتے ہیں ان کے مسلسل تعاون کا شکریہ ادا کیا جائے اور سرپرستی مسلسل رکھنے کی درخواست کی جائے تو متعلقہ کارندے خوش ہوتے ہیں اور متعلقہ اخبار کے مفاد کا خصوصی خیال رکھتے ہیں۔

تعداد اشاعت میں مسلسل ترقی کی کوشش کرنا سرکولیشن منیجر کا ایک اہم فرض ہوتا ہے نئے خریدار خود بخود بہت کم مہیا ہوتے ہیں، اس کے لیے منظم کوشش کرنی ہوتی

ہے۔ ہر ماہ اخبار کی تعداد اشاعت میں اضافہ کرنے کے لیے کوئی نہ کوئی طریقہ آزمانا پڑتا ہے۔ قدیم خریداروں سے غفلت نہ برتی جائے اور زیادہ سے زیادہ نئے خریداروں کو گرویدہ کرنے کی سعی جاری رکھی جائے۔ یہ حقیقت ہے کہ اخبار کی تعداد اشاعت میں جتنا اضافہ ہوگا اتنی ہی ترقی اخبار کے ہر شعبہ میں ہوگی۔ ماہرین کا کہنا ہے کہ کسی بھی اخبار کی تعداد اشاعت میں اضافہ کے امکانات ہمیشہ موجود رہتے ہیں کسی مالک، ناشر یا سرکولیشن مینجر کا یہ کہنا کہ اخبار کی تعداد اشاعت میں مزید ترقی ناممکن ہے ایک سراسر غلط خیال تصور کیا جاتا ہے۔

سرکولیشن بڑھانے کے نسخے

کسی بھی اخبار کی تعداد اشاعت میں اضافہ ہر مالک کی آرزو ہوتی ہے۔ ہر سرکولیشن مینجر کا یہ فرض ہے کہ اشاعت کی ترقی کے لیے ہمیشہ سرگرداں رہے۔ تعداد اشاعت میں ترقی لانے کی کوشش کو بھی ایک باقاعدہ فن کا درجہ حاصل ہے، جسے ''سرکولیشن پروموشن'' Circulation Promotion کی سرگرمی کہا جاتا ہے۔ بڑے اخبارات میں سرکولیشن پروموشن کا ایک الگ شعبہ ہوتا ہے مگر درمیانی سائز کے اور چھوٹے اخبارات میں یہ ذمہ داری سرکولیشن مینجر ہی پر ڈالی جاتی ہے۔

تعداد اشاعت کیسے بڑھائی جائے؟ اگر دنیا بھر میں آزمائے ہوئے اب تک کے تعداد اشاعت بڑھانے کے نسخوں کی ایک فہرست بنائی جائے تو یہ فہرست سینکڑوں طریقوں پر مشتمل ہوگی۔ یہ سلسلہ جاری ہے اور جاری رہے گا یا ایک تخلیقی کوشش ہے اور ہر ناشر اپنے اخبار کی اشاعت بڑھانے کا کوئی نہ کوئی نیا طریقہ نکال سکتا ہے۔ بہر حال ہر طریقہ کے پیچھے ایک ہی غرض کارفرما ہے کہ اخبار کی فروخت بڑھے اور خریدار ہاتھ سے جانے نہ پائیں قدیم خریدار دیگر اخبارات کی جانب

ملتفت نہ ہوں اور نئے خریداروں کا سلسلہ کبھی ختم نہ ہو۔ صحافت کے ہر اہم شعبہ کی طرح اس موضوع پر بھی کافی تحقیقی کام ہوا ہے اور جاری ہے۔ اشاعت بڑھانے کے آزمودہ نسخوں پر مفید کتابوں اور مقالات کی تعداد میں برابر اضافہ ہو رہا ہے۔

کہتے ہیں کہ سرکولیشن منیجر کا آدھا کام اخبارات کی تقسیم کاری ہے اور آدھا کام تعداد اشاعت میں مسلسل اضافہ کے نت نئے طریقوں کی دریافت اور عملی کوشش کرنا ہے۔ سرکولیشن منیجر تنہا اس کوشش میں کامیاب نہ ہو سکے گا۔ اخبار سے متعلق تمام شعبوں کا اشتراک عمل بہت ضروری ہے مثلاً کہیں سے یہ شکایت ہو کہ طباعت ٹھیک نہیں ہے تو شعبہ طباعت اپنی محنت سے طباعت میں عمدگی لانے کی کوشش کرے۔ اگر فلمی خبروں کی مانگ ہو تو فلمی مواد زیادہ دیا جائے اخبار میں زیادہ اشتہارات کی شکایت ہو تو اشتہارات کی تعداد کم کی جائے۔

سرکولیشن پروموشن ڈپارٹمنٹ کو اخبار کے ''پھیپھڑوں'' سے تشبیہہ دی جاتی ہے جس طرح آسانی سے سانس لینے کے لیے پھیپھڑوں کا صحیح طور پر کام کرنا ضروری ہے کسی بھی اخبار کے معیار میں مسلسل برتری لانے کے لیے ہمیشہ بڑھتی ہوئی تعداد اشاعت بہت ضروری ہے اخبار کے خریدار کو ''دولت'' کہا جاتا ہے اور دولت کے متعلق یہ بات بھی مشہور ہے کہ بعض اوقات دولت پانا تو آسان ہے مگر اسے محفوظ رکھنا مشکل ہے۔

دیگر کئی خصوصی امور کی طرح ہندوستان کے اخبارات میں ''سرکولیشن پروموشن'' پر بہت کم توجہ دی جاتی ہے جس انداز سے مغربی ممالک میں گوناگوں نسخے استعمال ہوتے ہیں یہاں نہیں ہوتے ہمعصر امریکی اور انگلستانی اخبارات ہمیشہ اس کوشش میں لگے رہتے ہیں کہ پروموشن کے جدید ترین طریقوں میں وہ دیگر اخبارات کے

مقابلہ میں ہمیشہ بازی لے جائیں۔

نئے خریدار جیتنے کے لیےنفسیاتی اصولوں پر بھی عمل کرنا ضروری ہے جہاں تک انسانی نفسیات کا تعلق ہے دنیا بھر کے کم وبیش سبھی انسان ایک جیسے ہیں آدمی کتنا ہی امیر کیوں نہ ہووہ کسی بھی انعام پانے کے منصوبے سے ضرور دلچسپی لیتا ہے کوئی بھی شے رعایتی داموں پر پیش کی جائےتو مردوں سے زیادہ عورتیں متوجہ ہوتی ہیں تعداد اشاعت بڑھانے میں اس لیے بھی زیادہ دلچسپی لی جائے کہ اشتہارات کے نرخ تعداد اشاعت بڑھانے کے ساتھ ساتھ بڑھتے رہتے ہیں۔

عموماً اتوار کے ایڈیشن میں شائع ہونے والے خصوصی مضامین، میگزین اور دیگر خصوصیات کا اعلان دو ایک دن پہلے ہوتا ہے اسی مضمون پر مشتمل پوسٹر بھی اخبار فروشوں کو بھیجے جاتے ہیں تا کہ وہ اپنی دکانوں پر انہیں نمایاں کر کے خریداروں سے پیشگی آرڈر وصول کر سکیں۔آج کل دوسرے اخبارات میں بھی اشتہارت شائع کر کے خصوصی ایڈیشن میں شامل مواد کی فہرست دی جاتی ہے۔اخباری ایجنٹوں کو بھی کئی دن پہلے اطلاع دی جاتی ہے کہ فلاں دن کے اخبار میں فلاں خصوصی مقالات شائع ہوں گے تا کہ وہ حسب ضرورت زیادہ تعداد میں پرچے منگوا سکیں۔

نئے خریداروں کو رعایتی قیمت پر اخبار پیش کیا جاتا ہے بعض اخبارات نئے خریداروں کو ایک ہفتہ کے لیے ''آزمائشی خریداری'' Trial Subscription کے نام پر پرچہ مفت دیتے ہیں کچھ رسائل یہاں تک رعایت دیتے ہیں کہ اخبار یا رسالہ ایک طے شدہ مدت تک پسند نہ آنے پر دی گئی سالانہ خریداری کی رقم لوٹانے کا وعدہ کرتے ہین اکثر خریداری کے نرخوں میں رعایت کی پیش کش تہواروں کے موقعہ پر کی جاتی ہے تا کہ ایسی رعایتوں سے نئے خریدار بنائے جا سکیں۔

کچھ اخبارات اخبار فروشوں کی کئی طرح سے مدد کرتے ہیں تاکہ وہ متعلقہ اخبار کی ترقی کے لیے اپنے طور پر بھی کوشش کریں اخبار کے سائن بورڈ مہیا کیے جاتے ہیں کہ فلاں اخبار ''یہاں بکتا ہے'' اخبار کا نام کندہ کروا کر ''پیپر ویٹ'' Paper Weight فراہم کیے جاتے ہیں تاکہ اخبار فروش کی دکان پر اخبارات ہوا میں اڑنے سے بچایا جائے اور اخبار کا نام بھی خریداروں کی نظر میں مسلسل رہتا بستا رہے۔ اخبار خوبصورت تھیلیوں میں بھیجے جاتے ہیں جس پر اخبار کا نام نمایاں طور پر درج رہتا ہے اخبار فروش کی دکان پر اخبار سجانے کے لیے اسٹینڈ دیے جاتے ہیں جن پر اخبار کے نام خوشنما رنگوں میں دیا جاتا ہے تاکہ ہر خریدار کی نظر ناگہاں اس پر پڑتی رہے سائیکل، آٹو رکشا، موٹر وین، لاریوں وغیرہ پر بھی اخبار کے نام کا اشتہار پینٹ کیا جاتا ہے۔

نئے اخبارات عموماً نمونہ کی کاپی گھروں پر آٹھ دس دن تک مفت دیتے ہیں اس معیاد کے بعد ایک درخواست نامہ بھیجا جاتا ہے کہ خریداری قبول کی جائے ساتھ میں سہولت کی خاطر آرڈر فارم بھی مہیا کیا جاتا ہے ایسے مفت پرچوں پر تہنیتی پیغام کی مہر لگائی جاتی ہے یا چھوٹے تہنیتی پرچے چسپاں کیے جاتے ہیں کہ اخبار ''تمام تر نیک توقعات کے ساتھ'' تحفتاً مفت بھیجا جا رہا ہے ''گر قبول افتد زہے عز و شرف'' ایسا کرتے وقت امید کی جاتی ہے کہ متوقع خریدار کی خوشنودی حاصل ہوگی نئے رسالہ جات نمونہ کی کاپیاں فراخ دلی سے تقسیم کرتے ہیں۔

مشہور مصنوعات بنانے والی کمپنیوں سے اشتراک عمل کے ساتھ نئے خریداروں کو تحفہ جات پیش کیے جاتے ہیں جسے ''پریمیم'' Premium کہتے ہیں مثلاً اخبار کی سالانہ خریداری قبول کرنے والے کو ایک قیمتی فاؤنٹین پین یا ٹارچ

مفت دیا جاتا ہے ششماہی خریداری پر ایک ڈائری یا چھتری دی جاتی ہے سہ ماہی خریداری پر ایک پاکٹ ڈکشنری یا اٹلس دینے کا اعلان کیا جاتا ہے کچھ اخبار یہ پیش کش کرتے ہیں کہ ہر پانچ سالانہ خریدار بنانے والوں کو ایک سال تک پرچہ مفت دیا جائے گا ایسے تمام طریقے تجارتی تخمینوں پر مبنی ہوتے ہیں مثلاً ایک اخبار کی سالانہ قیمت 72 روپے ہے اگر یہی اخبار ایجنٹ کی وساطت سے خریدار کو جاتا ہے تو درمیان میں ایجنٹ کو آسانی سے 18 روپے یا 24 روپے کمیشن کے طور پر چلے جائیں گے جو کمیشن عام طور سے ایجنٹ کو دیا جاتا ہے اسی مالیت کا فاؤنٹین پین خریدار کو براہ راست تحفتاً دے دیا جاتا ہے خریدار خوش ہو جاتا ہے کہ اسے 20 یا 25 روپے کی مالیت کا قلم مفت میں مل گیا مگر دفتر والے یہی قلم تھوک بھاؤ میں 14 یا 15 روپے میں خریدتے ہیں فاؤنٹین پین کمپنی بھی اخبار کو خصوصی رعایتی نرخوں پر قلم فراہم کرے گی کیونکہ اخبار کے ذریعہ ان کی مصنوعات کی اچھی خاصی تشہیر ہو جاتی ہے اسی طرح فرض کیجئے رعایتی اعلان کی وجہ سے ایک ہزار خریدار اپنی سالانہ رقم پیشگی اخبار کو روانہ کرتے ہیں یعنی 72 ہزار روپے بغیر کسی سود کے اخبار کے مالک کو وصول ہو جاتے ہیں اگر یہی رقم وہ کسی بینک سے بطور قرضہ لیتا تو سود کی رقم نکل جاتی اور قرض کا بار بھی رہتا کسی بھی خریدار کو 72 روپے کی خریداری رقم پیشگی بھیجنا بار نہیں ہوتا مگر اخبار کے مالک کو اچھی رقم آسان طریقہ پر مل جاتی ہے جسے وہ سرمایہ کے طور پر استعمال کر کے معقول فائدے اٹھا سکتا ہے بعض اخبارات و رسائل پانچ یا دس خریدار فراہم کرنے والوں کو جو مفت پرچوں کی فراہمی کا اعلان کرتے ہیں ان کا بھی یہی اندازہ ہوتا ہے کہ جو کمیشن ایجنٹ کو جائے گا وہ ایک طرح سے خریدار پیدا کرنے والے کو مل جائے گا ایک فرد کے لیے پانچ خریدار بنانا کوئی مشکل کام نہیں ہوتا۔

بعض اخبارات کسی ہفت روزہ، پندرہ روزہ یا ماہانہ رسالہ کے ناشر سے معاہدہ کر کے اخبار اور رسالہ کی مشترکہ Combined سالانہ شرح خریداری مقرر کرتے ہیں تاکہ خریدار زیادہ ذوق سے توجہ کرے۔ اگر ایک ہی دفتر سے اخبار اور رسالہ نکلتا ہو تو مشترکہ سالانہ قیمت میں زیادہ رعایت دی جاسکتی ہے نئے خریداروں کو ڈکشنری یا اٹلس یا انسائیکلوپیڈیا یا ناول یا افسانوں کے مجموعوں کی کتابوں کی پیشکش کا طریقہ بہت پرانا ہے۔ کبھی یہ کتابیں بالکل مفت دی جاتی ہیں یا کبھی رعایتی نرخوں پر دی جاتی ہیں جس منصوبہ کے تحت مختلف کتابیں تحفہ میں یا خصوصی رعایتی قیمتوں پر دی جاتی ہیں اسے ''بک پلان'' Book Plan کہا جاتا ہے ایسے منصوبہ کے تحت گراموفون ریکارڈ، تصاویر، کیسیٹ، طغرے وغیرہ بھی دیے جاسکتے ہیں۔

آج بھی کئی اخبار سوال و جواب کے کالم کے لیے سوالات بھیجنے والوں سے اخبار میں سے کاٹے گئے ''ٹوکن'' یا ''کوپن'' کا مطالبہ کرتے ہیں اگر کوئی کتابچہ مفت تقسیم کے لیے ہے تو بھی اخبار میں مطبوعہ ''کوپن'' پر ہی درخواست قبول کی جاتی ہے معمول کا کاروبار کرنے والے اخبار یا رسائل ٹوکن کی قید ضرور لگاتے ہیں رعایتی اعلانات میں ''کوپن'' کی شرط کے ذریعہ اخبار کی فروخت بڑھائی جاتی ہے۔ کچھ اخبار تو اتنی احتیاط برتتے ہیں کہ اخبار کی جو کاپیاں مفت تقسیم ہوتی ہیں ان میں موجود کوپنوں پر ''مہر'' یا کوئی ''خاص نشان'' لگا کر یہ اہتمام کرتے ہیں کہ کوپن صرف ایسے پرچوں سے کاٹا گیا ہے جو واقعی ''خریدا'' گیا ہو۔

کچھ اخبارات سالانہ خریداروں کا بیمہ کرواتے ہیں جس کا خرچ اخبار والے برداشت کرتے ہیں خصوصاً معمولی حادثات کا بیمہ کرانے کا رواج مغربی ممالک میں بہت عام ہے سالانہ خریداری کی رسید کے ساتھ ہی بیمہ پالیسی بھی روانہ کی جاتی ہے

اگر کسی خریدار کو کوئی حادثہ پیش آجائے اور اس کے اخراجات اخبار کی جانب سے فراہم کردہ پالیسی کے ذریعہ ادا ہوئے ہوں تو تمام تفصیلات اخبار میں شائع کی جاتی ہیں اور ''ڈھنڈورہ'' پیٹا جاتا ہے اس سے اخبار اور بیمہ کمپنی دونوں کی کافی تشہیر ہو جاتی ہے اور دیگر خریدار بھی مفت بیمہ پالیسی کے لالچ میں سالانہ خریداری قبول کر لیتے ہیں۔

اخبار میں طرح طرح کے انعامی مقابلے منعقد کیے جاسکتے ہیں ہر زبان کے بولنے والوں کی دلچسپیاں جدا ہوتی ہیں عموماً ہر انعامی مقابلہ کے لیے بھی خریداری نمبر کا مطالبہ کیا جاتا ہے یا کوپن منسلک کرنے کی قید لگائی جاتی ہے عام معلومات کے مقابلے، بیت بازی، دماغی کھیل، مقالہ نویسی، افسانہ نگاری، شاعری وغیرہ کے مختلف انعامی مقابلوں کے ذریعہ چھوٹے موٹے انعامات کا وقتاً فوقتاً اعلان ہوتا رہے تو قارئین زیادہ دلچسپی لیتے ہیں اردو زبان میں معموں کی مقبولیت تسلیم شدہ ہے قومی قائدین، فلمی ستاروں، کھلاڑیوں، سائنس دانوں وغیرہ کی کٹی پھٹی یا نامکمل تصاویر چھاپ کر ''شناخت کیجئے'' یا ''انہیں پہچانیے'' جیسے مقابلے کافی مقبول ہوتے ہیں بہترین لطیفوں پر یا کھانا پکانے کے طریقوں پر انعامات دینے کا رواج بھی کافی قدیم اور مقبول ہے۔

کچھ اخبارات اور رسائل مدرسوں، کالجوں اور یونیورسٹیوں میں جا کر طلباء کو رعایتی نرخ اس لیے پیش کرتے ہیں کہ مستقبل میں ان کی خریداری کے مواقع زیادہ روشن رہتے ہیں۔

اخبار کی تشہیر کے لیے ریڈیو، ٹیلی ویژن، سینما سائیڈ اور مختصر فلموں کا استعمال برسوں سے جاری ہے۔ آج کی دنیا میں کوئی اخبار اپنی تشہیر سے بے بہرہ نہیں رہ سکتا۔ شاہراہوں پر بڑے بورڈوں کے ذریعہ بھی اخبار کی خوبیوں کا چرچا کیا جاتا ہے

ریلوے پلیٹ فارم پر بھی مشہور اخبارات کے تشہیر بورڈ نظر آتے ہیں۔ شہر میں گھومنے والی بس کے باہر یا اندر بھی اخبار کا اشتہار دیا جاتا ہے بعض فعال سرکولیشن منیجر ٹیلی فون کے ذریعہ نئے خریداروں کو دعوت خرید دیتے ہیں اور کامیابی حاصل کرتے ہیں۔

جب کبھی قدرتی تباہ کاریوں سے عوامی زندگی میں گڑبڑ پیدا ہو جاتی ہے اخبار اپنے آبادکاری فنڈ کا اجرا کرتے ہیں سیلاب، طوفان، قحط، خشک سالی، زلزلہ یا اسی نوع کے حادثات میں لاچار ہو جانے والے انسانوں کی مالی امداد کے لیے ''خصوصی فنڈ'' شروع کیے جاتے ہیں اخبار کے مالکان کی جانب سے بھی عطیہ جات کا اعلان ہوتا ہے اور خریداروں سے چندہ جات وصول کر کے مستحق مجبوروں کی مدد کی جاتی ہے۔

اخبارات بعض اوقات تعلیمی وظیفوں کے ذریعہ ہونہار طلبہ کی مدد کرتے ہیں مثلاً ''دی ہندو'' نامی مشہور انگریزی اخبار کی جانب سے ہر سال چند انجینئرنگ طلبہ جاپان کے مشہور صنعتی ادارے ''ہتاچی'' میں خصوصی تربیت کے لیے روانہ کیے جاتے ہیں اسی اخبار میں نوجوان اخبار نویسوں کی تعلیم و تربیت کے لیے خصوصی کورس اور مالی امداد کے منصوبوں پر برسوں سے عمل ہو رہا ہے مشہور فلمی پندرہ روزہ رسالہ ''فلم فیر'' کی جانب سے سالانہ بہترین فلم، اداکار، اداکارہ، موسیقار، مغنی، کامیڈین، نامہ نگار وغیرہ کو ایک شاندار اجلاس میں انعامات عطا کیے جاتے ہیں اس کی تقلید میں انگریزی، ہندی اور اردو کے کئی رسائل نے بھی سالانہ انعامات کا سلسلہ شروع کیا بعض اخبارات کی جانب سے غیر ملکی یونیورسٹیوں میں اعلیٰ تعلیم یا تربیت حاصل کرنے کے لیے جانے والوں کو سفر کے اخراجات دیے جاتے ہیں۔

جنوبی ہند کے ایک روزنامہ کا اصول ہے کہ اگر کوئی شخص مسلسل تیس سال تک متعلقہ اخبار خریدتا آیا ہے اور اس کا ثبوت تشفی بخش طور پر دے سکتا ہے تو وہ تا زیست

وہی اخبار مفت حاصل کر سکتا ہے کچھ اخبارات اپنے مستقل خریداروں کو عید، برات، تہوار، یوم آزادی یا یوم جمہوریہ کے موقعوں پر انفرادی طور پر تہنیتی کارڈ بھیج کر خوشنودی حاصل کرنے کا مظاہرہ کرتے ہیں۔

امریکہ میں اخبارات کی جانب سے غریب باشندوں کو گرمیوں میں برف اور سردیوں میں کوئلہ مفت فراہم کرنے کا رواج برسوں تک جاری تھا۔ اخبار تقسیم کرنے والے لڑکوں کو خوش رکھنے کے لیے انہیں ٹی شرٹ، سوئٹر، ٹوپی، رومال، رین کوٹ، چھتری یا اسی طرح کی ضروری استعمال کی اشیاء دینے کا رواج آج بھی ہر جگہ عام ہے۔

دنیا کے بڑے اخبارات کی تاریخ کا بغور مطالعہ کیا جائے تو کئی ایسی حیرت انگیز مثالیں کثرت سے ملتی ہیں جن سے پتہ چلتا ہے کہ ان اخبارات نے اپنے خریداروں کو خوش رکھنے کے لیے کیا کیا تدابیر اختیار کی تھیں دو بہت ہی مشہور واقعات حسب ذیل ہیں:

1 ایک نامور مسیحی مبلغ ڈیوڈ لونگسٹن 1869ء میں غائب ہو گئے تھے اور ان کی گم شدگی کا کافی چرچا ہوا تھا ''نیویارک ہیرالڈ'' کے مدیر جیمس گورڈون بینٹ نے اپنے ایک ماہر نامہ نگار ہنری ایم اسٹینلے سے درخواست کی کہ وہ دنیا بھر کا دورہ کر کے کہیں سے بھی گم شدہ مبلغ کو ڈھونڈ لائیں دو سال کی مسلسل تلاش کے بعد نامہ نگار نے افریقہ میں زنزیبار نامی مقام کے اس پاس کئی اندرونی جنگلات کی خاک چھانی گیارہ مہینوں کی محنت کے بعد لونگسٹن ایک جگہ مل گئے تلاش کی ابتدا سے لے کر کامیابی تک قارئین نے اس معاملہ میں اتنی گہری دلچسپی لی کہ اخبار ''ہیرالڈ'' ہاتھوں ہاتھ بک جاتا تھا۔

2 جولس ورن نامی ایک مشہور سائنسی تصوراتی ناول نگار کی کتاب ''اسی دن میں دنیا کا دورہ'' Around The World in Eighty Days شائع ہوئی تو

عوام میں کافی کھلبلی مچی جوزپلٹرز Joseph Pultier نامی مشہور صحافی نے اپنے اخبار ''نیو یارک ورلڈ'' کی جانب سے ایک نوجوان خاتون نامہ نگار نیلی بلائی (Nellie Bly) کو دنیا کے طوفانی سفر پر روانہ کر دیا اور اخبار کے قارئین کو دعوت دی گئی کہ وہ اندازے لگا کر بتائیں کہ مذکورہ نامہ کتنے دن اور کتنے گھنٹوں میں اپنا سفر ختم کرے گی۔ وہ کہاں ہے؟ کہاں جارہی ہے؟ کیسے سفر کر رہی ہے؟ جیسے سوالات کے جوابات پانے کے لیے لوگ روز ''ورلڈ'' اخبار ذوق وشوق سے خرید تے تھے۔ آخر نامہ نگار دوشیزہ نے ۷۲ گھنٹے اور گیارہ منٹ میں اپنا عالمی سفر ختم کیا۔ اس دوران مذکورہ اخبار کی اشاعت کئی گنا بڑھ گئی۔

ایسے بے شمار واقعات ہیں جن سے اخبارات کی اختراعی کوششوں کا اندازہ لگتا ہے۔ اخبارات ایسی کوئی نہ کوئی جدت چاہتے ہیں جس سے عوام میں اخبار کے نام کا شہرہ بڑھتا رہے۔ سالانہ کیلنڈروں اور ڈائریوں کی تقسیم بھی عام ہے۔ ایجنٹ احباب کو انعامات سے نوازنے کے بھی کئی منصوبے تیار کیے جاسکتے ہیں۔ اشاعت بڑھانے کے لیے منتخب مخصوص دنوں میں ایک مہم بھی چلائی جاسکتی ہے جسے ''نئے خریداروں کے لیے مہم (New Subscribers Compaign) کا نام دے سکتے ہیں۔

اخبارات کی اشاعت بڑھانے کے لیے ہر ایسی کوشش جائز سمجھی جاتی ہے جو اخلاق اور قانون کے حدود کے اندر ہوتی ہے۔ مقصد عوام کی حمایت اور اخبار کے لیے نئے اور مستقل خریداروں کی خوشنودی حاصل کرنا ہوتا ہے، آج کل رابطہ عامہ کے کئی دلچسپ اور آزمودہ نسخے ہیں جن پر خلوص اور سنجیدگی سے عمل کر کے کسی بھی جریدہ کی اشاعت میں حیرت انگیز ترقی لائی جاسکتی ہے۔ کسی بھی اخبار کا پروموشن شعبہ اپنی خدمات سے اخبار کے وقار کا باعث ہوسکتا ہے۔

آڈٹ بیورو آف سرکولیشن

ایک کہاوت ہے کہ کسی لڑکی سے اس کی عمر نہ پوچھی جائے، کسی مرد سے اس کی آمدنی نہ پوچھی جائے اور کسی مالک اخبار سے تعداد اشاعت نہ پوچھی جائے۔ اگر پوچھی بھی جائے تو ہمیشہ غلط اندازے دیے جاتے ہیں۔ لڑکیاں اپنی عمر ہمیشہ کم بتاتی ہیں۔ مرد اپنی آمدنی ہمیشہ زیادہ بتا کر رعب گانٹھنے کی سعی کرتے ہیں اور مالکان اخبارات کو تعداد اشاعت بڑھا چڑھا کر بتانے کی پرانی عادت ہے۔

مشتہرین کبھی بھی اخبار کے دفتر سے بتائی جانے والی تعداد کو معتبر نہیں مانتے۔ تقریباً ہر اخبار اپنی پیشانی پر یہ درج کرنے کی کوشش کرتا ہے کہ اس کی اشاعت ملک میں سب سے بڑھ کر ہے اور یہ کہ مقبولیت میں کوئی اخبار اس کے مقابل نہیں ہے۔ پہلے پہل اخبارات یہ بھی اعلان کرتے تھے کہ ہر کوئی آ کر دفتر میں اشاعت کے حساب و کتاب کی جانچ کر سکتا ہے۔ مالکان اخبار کے بلند بانگ دعوے ہوتے ہی رہتے ہیں۔ ایک زمانہ تک صحیح تعداد جاننے کا کوئی وسیلہ نہ تھا۔ مشتہرین کو مستند تعداد اشاعت جاننے کی ضرورت محسوس ہوئی تو امریکہ میں دسمبر 1913ء میں ایک غیر جانب دار ادارہ "اے بی سی" (A.B.C) آڈٹ بیورو آف سرکولیشن "(Audit Bureau of Circulation) کے نام سے معرض وجود میں آیا۔ رفتہ رفتہ ایسے مفید و معتبر ادارے دیگر بڑے ممالک میں بھی قائم ہوا۔

اے بی سی ایک ایسا معتبر، غیر تجارتی اور باوقار ادارہ ہے جس کی جاری کردہ اشاعتی سرٹیفکیٹ سب کے لیے قابل قبول ہوتی ہے۔ مشتہرین "اے بی سی" کے طریقہ، جانچ پر کافی اعتماد رکھتے ہیں اور اس ادارہ کی بتائی ہوئی تعداد اشاعت پر کامل یقین کیا جاتا ہے۔ گویا کسی بھی اخبار یا رسالہ کی "اے بی سی" کی جانچ شدہ

''تعداد'' حرف آخر ہے۔اس ادارہ کے تمام انتظامات کی ذمہ داری اورنگرانی ایک ''کونسل آف مینجمنٹ (Council of Management) کے ذریعہ ہوتی ہے ۔جس کے نصف اراکین کا باضابطہ انتخاب ہوتا ہے۔یعنی آدھی اراکین پرانے ہوتے ہیں اورآدھے تازہ منتخب شدہ۔اس طرح انتظامیہ میں ہمیشہ تبدیلی آتی رہتی ہے۔کسی ایک خاص طبقہ کی اجارہ داری کا کوئی موقعہ نہیں رہتا۔اس انتظامی کونسل میں اخبارات کے ناشرین ،مشتہرین اوراڈورٹائزنگ ایجنسیوں کو برابر ابر کی نمائندگی رہتی ہے یعنی ایک تہائی اراکین اخبارات کے ایک تہائی اشتہارات دینے والے افراد یا اداروں کے اور ایک تہائی اڈورٹائزنگ ایجنسیوں کے نمائندے ہوتے ہیں۔کونسل کا صدر بھی باری باری تینوں میں سے ایک منتخب ہوتا ہے۔ 1948ء سے اب تک اس ادارہ نے ذمہ داری دیانتداری اورخوش سلیقگی کا شاندار مظاہرہ کیا ہے۔اس کا جاری کردہ تصدیق نامہ ہرجگہ وقعت کی نگاہ سے دیکھا جاتا ہے۔ملک کے تقریبا سبھی بڑے اخبارات اس ادارہ کے رکن ہیں۔ہفت روزہ اور دیگر معیادی جرائد بھی اس کی رکنیت کے خواہاں ہوسکتے ہیں۔کوئی بھی اڈورٹائزنگ ایجنسی اس میں شریک ہوسکتی ہے۔کسی بھی زبان کا چھوٹے سے چھوٹا اخبار''اے بی سی'' کی رکنیت کا مجاز ہوتا ہے بشرطیکہ وہ اس ادارہ کی فیس کا متحمل ہوسکتا ہواور تنقیح گوارا کرسکتا ہو۔اس ادارہ کی جانب سے جومحاسبت کی جاتی ہے وہ کڑی شرائط پر مشتمل ہے۔جب تک اس ادارے کے بتائے ہوئے طریقوں پر حسابات نہیں رکھے جاتے حسابات کی جانچ کا کام شروع نہیں کیا جاتا۔اس ادارہ کو ملک کے بہترین چارٹرڈ اکاؤنٹنٹ اداروں کی مدداورصلاح حاصل ہے۔ہر رکن اخبار کے حساب وکتاب کی سخت اصولوں کے ساتھ کھوج ہوتی ہے اور پورے اطمینان کے

بعد ہی تصدیق نامہ جاری ہوتا ہے کیونکہ ہندوستان ہی نہیں دنیا کے کسی بھی ملک میں ''اے بی سی'' کا سرٹیفکیٹ ایک سچے سکے کی طرح تسلیم کیا جاتا ہے۔ جو اخبار اس موقر ادارہ کی رکنیت حاصل کرتا ہے وہ اخبار کے کسی نمایاں حصہ میں یہ اعلان کرسکتا ہے کہ وہ ''اے بی سی'' کا باقاعدہ رکن ہے۔ اس ادارہ کا تجارتی نشان طغریٰ (Crest) بھی استعمال کیا جاسکتا ہے کیونکہ اس امتیازی نشان سے اخبار کے وقار میں یقینی طور پر اضافہ ہوتا ہے۔

آڈٹ بیورو کے تمام قوانین وضوابط بہت واضح ہیں۔ جملہ ضمنی قوانین پر بھی سختی سے عمل درآمد ہوتا ہے۔ چونکہ اس کا انتظام سہ طرفہ ہے اس لیے کوئی اس کی صداقت پر انگلی نہیں اٹھا سکتا۔ اے بی سی کی جانب سے صرف اخبار کی فروخت کی تصدیق ہی نہیں پڑتی بلکہ اخبار کے معیار، تقسیم کاری کے طریقوں اور اشاعت بڑھانے کی ترقی پسندانہ کوششوں وغیرہ کا بھی جائزہ لیا جاتا ہے، یہ ایک باہمی اعتماد کی بنیاد پر قائم ادارہ ہے جس کی کارگذاری پر کسی کو شک وشبہ نہیں ہوسکتا۔

حکومتی ادارے بھی ''اے بی سی'' کی تصدیق شدہ اشاعت کو مانتے ہیں اور اپنے اشتہارات متعلقہ اخبارات کو دینے میں تامل نہیں کرتے۔

اے بی سی کے محاسنیوں سے سرکولیشن کے تعلق سے کوئی بات کوئی عدد کوئی حساب، کوئی کتاب، کوئی طریقہ یہ کوئی پہلی مخفی نہیں رہ سکتا، تمام دستاویزات کی جانچ جب چاہے کی جاسکتی ہے۔ بغیر پیشگی اطلاع دیے کسی بھی وقت اے بی سی کا نمائندہ دفتر آکر ہر کولیشن ڈپارٹمنٹ کے بہی کھاتوں اور فائلوں کا غیر متوقع معائنہ (Surprise Check) کرنے کا اختیار رکھتا ہے۔ اگر کوئی ادارہ حساب کتاب کی کسی دستاویز کی فراہمی میں غیر ضروری تاخیر کرے یا رکاوٹ ڈالے تو اس کی رکنیت

فوراً ختم کردی جاتی ہے۔ ٹیکس وصول کرنے والے سرکاری افسران بھی شاید اتنی سخت گیری سے حساب وکتاب کی جانچ نہیں کرتے جتنی لگن اور سختی سے ''اے بی سی'' کے محاسب تعداد اشاعت کی واقفیت حاصل کرتے ہیں۔ کسی سے رعایت یا نرمی کا سوال ہی پیدا نہیں ہوتا۔ وہ کسی بھی اخبار یا افسر یا کارکن کی طرفداری نہیں کرتے۔ اپنی عمدہ کارگذاری کی وجہ سے یہ ادارہ اتنا نیک نام ثابت ہوگیا ہے کہ اس ادارہ سے متعلق ہر کارکن اس نیک نامی کے محافظ کی حیثیت سے کام کرتا ہے۔

اگر کسی ناشر کا یہ دعویٰ ہے کہ اس کا اخبار 25 ہزار طبع ہوتا ہے تو محاسب یہ دیکھتے ہیں کہ اتنی تعداد کے لیے جو اخباری کاغذ ضروری ہے وہ کہاں سے اور کب خریدا گیا ہے۔ شعبہ طباعت میں موجود رہنے والے تمام ریکارڈوں کی جانچ کی جاتی ہے۔ نہ صرف یہ ثابت کرنا ہوتا ہے کہ 25 ہزار پرچے طبع ہوئے ہیں بلکہ یہ کہ وہ خریداروں تک کیسے پہونچے، محاسب یہ بھی جاننا چاہیں گے کہ خریداروں میں کتنے براہ راست خریدار بنے ہیں اور کتنے انعامی اعلانات کے لالچ میں خریدار بنے ہےں۔ اے بی سی والے طباعت کی تعداد سے زیادہ یہ جاننا چاہتے ہیں کہ ''کتنے پرچے واقعی خرید ے گئے؟'' اسے ''نیٹ پیڈ سرکولیشن (Net Paid Circulation) یعنی ''خالص بکری)'' سرکولیشن کہا جاتا ہے۔ اس تعداد میں وہ پرچے شامل نہیں ہوتے جو پریس روم میں ضائع ہوتے ہیں، فائل میں رکھے جاتے ہیں، مشتہرین اور خیر خواہوں کو مفت بھیجے جاتے ہیں وغیرہ غرض ہر طرح کے دستاویزی ثبوت طلب کیے جاتے ہیں کہ درحقیقت کتنے پرچے فروخت ہوئے یا خریداروں کی جانب سے خرید ے گئے۔ خریداری کی قیمت کا دفتر میں پہنچ جانا ضروری خیال کیا جاتا ہے۔ جن خریداروں سے تین ماہ سے خریداری کی رقم بقایا ہے وہ خریداری تصور نہیں کی جاتی۔

جتنے پرچے فروخت ہوئے بغیر اخبار فروش کی دوکان سے واپس ہوتے ہیں ان کا بھی حساب لیا جاتا ہے کیونکہ یہ پرچے ''خریدے نہیں گئے''۔ مضمون نگاروں مستقل قلمی معاونوں سرکاری دفاتر کو، مالکان اخبار، تبادلہ میں جانے والے پرچوں کو بھی ''تعداد اشاعت'' میں گنا نہیں جاتا۔ آمد وخرچ کے تمام حسابات کی گہری جانچ ہوتی ہے۔ ایجنٹوں اور انفرادی اخبار فروشوں کے حسابات پوری توجہ سے دیکھے جاتے ہیں۔ ایک ایک پرچہ کے بارے میں خاطر خواہ جواب دینا پڑتا ہے۔ کہ وہ واقعی بیچا گیا ہے یا صرف بھیجا گیا ہے۔ بہت کم دیگر ادارے اتنی ضابطہ پرستی سے کام کرتے ہیں، رکنیت کے ساتھ ہی شعبہ سرکولیشن کو ہدایات دی جاتی ہیں کہ کون سی حساب کی کتاب کس طریقہ سے لکھی جائے؟ کون سی تفصیلات کا اندارج ضروری ہے؟ اطمینان اور ثبوت کے لیے کون کون سے دستاویز ہمیشہ معائنہ کے لیے تیار ہیں؟ کس طرح کا ریکارڈ کس باقاعدگی کے ساتھ دستیاب رہے؟ وغیرہ۔ کئی تجربات کی روشنی میں ''اے بی سی'' کا کام اتنا پختہ اور منضبط ہو گیا ہے کہ ہر کام سہولت کے ساتھ ہو جاتا ہے۔ اعداد وشمار کی فراہمی اور تنقیح حساب میں گھپلہ بازی کے تمام امکانات ختم کر دیئے گئے ہیں۔ چالاک سے چالاک سرکولیشن مینیجر بھی ''اے بی سی'' کے محاسبوں کو چکمہ نہیں دے سکتا۔ ''اے بی سی'' کی جانب سے جاری کردی کسی بھی اخبار کی تعداد اشاعت کے سرٹیفکیٹ ایک عوامی دستاویز (Public Document) کا درجہ رکھتے ہیں۔

باب 21

اخبار کی تجارتی ترقی

جن ممالک میں پڑھے لکھے لوگوں کی تعداد زیادہ ہے وہاں تقریباً ہر خواندہ شخص کوئی نہ کوئی اخبار ضرور پڑھتا ہے۔ لوگ کتابیں نہیں پڑھیں گے مگر روزانہ اخبار سے ضرور مستفیض ہوں گے۔ کسی بھی اخبار کا اولین فرض خبریں فراہم کرنا ہے اور یہ فرض آج کل اس برق رفتاری اور کاملیت کے ساتھ ہو رہا ہے کہ اس سے پہلے تاریخ کے کسی دور میں ایسی خدمت کی بجا آوری نہیں ہوئی تھی۔ اخبار صرف خبریں فراہم کر کے خاموش نہیں ہو جاتا ہے۔ وہ معاشرہ کے حالات، واقعات اور معاملات کی جھلکیاں کسی نہ کسی بہانے کسی نہ کسی وسیلے سے پیش کرتا ہے۔

آج کی دنیا کا کوئی شہر ایسا نہیں ہے جہاں اخبارات کی فروخت کا اہتمام نہیں ہے۔ جدید زندگی میں اخبار ایک اہم عنصر کی اہمیت اختیار کر گیا ہے۔ اگر اخبارات نہ ہوں تو جدید روزمرہ زندگی کی گاڑی چلتے چلتے رک جائے گی۔ تجارتی کوٹھیوں میں گاہکوں کی بھرمار نہ ہوگی۔ سینما گھروں میں تماشائیوں کا کال پڑ جائے گا۔ کھیل کود کے میدان میں مشاہدین کی شرکت پر اثر پڑے گا، مجموعی طور پر معاشرہ کے کئی شعبوں میں رکاوٹوں سے مسائل اور مصائب کی تعداد میں اضافہ ہو جائے گا۔

اخبارات خود اپنی کوششوں سے کسی معاشرہ کو مرتب یا منظم نہیں کر سکتے مگر کسی بھی معاشرہ کی تربیت یا انتظام یا امن کے قیام میں مدد ثابت ہو سکتے ہیں وہ سماج کے مختلف اقدار کا تحفظ کرتے ہیں اور عوامی رجحانات کی رہنمائی اور تجزیہ نگاری کرتے

ہیں ۔ اخبارات کی وجہ سے کسی بھی ریاست کے عوام اپنے اپنے ماحول کی بڑی آسانی سے شناخت بھی کرواتے ہیں اوران سے فیضان بھی حاصل کرنے کی کوشش کرتے ہیں ۔ ہر مقامی اخبار مقامی خبریں اور رائیں جمع اور واضح کر کے مقامی سماج میں اپنی غیر معمولی اہمیت منوانے کی کوشش کرتا ہے ۔ اخبارات زندگی میں رونما ہونے والے المناک اور دلچسپ و مسرت آمیز دونوں قسم کے واقعات کی رپورٹیں شائع کرتے ہیں۔

آج کل دنیا کے مختلف ملکوں سے شائع ہونے والے روزانہ اخبارات کی تعداد آٹھ ہزار سے تجاوز کر گئی ہے ۔ کسی بھی روزانہ اخبار کی تیاری اور باقاعدہ اشاعت میں جتنی رقم کی ضرورت ہوتی ہے اس کی روشنی میں اندازہ لگایا جائے تو ان آٹھ ہزار سے زائد روزناموں کی تعداد ایک حد تک اطمینان بخش ہے ۔ ان روزناموں کے علاوہ ہزاروں کی تعداد میں سہ روزہ ہفت روزہ پندرہ روزہ اخبار ، ماہنامے ، دو ماہی رسالے ، سہ ماہی رسالے ششماہی اور سالانہ جرائد سینکڑوں زبانوں میں تقریبا ہر ملک سے شائع ہوتے ہیں۔ آج کل اخبار کی اشاعت ایک معمولی ذمہ داری نہیں ہے۔ اس کاروبار سے کئی ایسے خطرات وابستہ ہو گئے ہیں جن سے خلاصی کی کوئی صورت نہیں نکلتی ۔ روزانہ اخبارات کا سب سے بڑا مسئلہ اخبار کی روزانہ زندگی ہے ۔ جس طرح ترکاریاں اور پھل وقت کے ساتھ سڑ جاتے ہیں ، روزانہ اخبار بھی گھنٹوں میں اپنی وقعت اور قیمت کھو بیٹھتے ہیں ۔ صبح کا اخبار بھی گھنٹوں میں اپنی وقعت صرف دو تین گھنٹوں تک تازہ رہتا ہے ۔ اس طرح روزانہ کی یہ ''عارضیت'' کسی بھی ناشر کے لیے ایک مرحلہ ہے ۔ تجارتی نقطہ نظر سے ہر مالک اخبار یہ چاہتا ہے کہ اس کا اخبار اچھی سے اچھی تعداد میں جلد از جلد فروخت ہو جائے ۔

اخبار کا اشتہار

تقریباً ہر بڑے اخبار کے ساتھ نیوز ایجنٹوں یعنی اخبار فروشوں کی مدد کے لیے تازہ اخبار کے بارے میں ایک پوسٹر بھیجا جاتا ہے۔ اسے اخباری اصطلاح میں کنٹینٹس Contents Bill کہا جاتا ہے۔ یعنی اس دیوار پر چسپاں ہونے والے اشتہار پر دن کی تازہ ترین اہم سرخیوں کا انتخاب دیا جاتا ہے۔ اخبار فروش اپنی دوکان کے پاس اشتہار کو نمایاں طور پر لگاتے ہیں تاکہ راہ چلتے عوام کی نظر اس پر پڑے اور اگر کسی سرخی سے انہیں دلچسپی ہو تو وہ مزید تفصیلات کے لیے اخبار فروشوں کے لڑکے اس روز کی اہم سرخیاں پکار کر اخبار بیچنے کی کوشش کرتے ہیں۔ خاص کر کوئی سنسنی خیز خبر ہو تو وہ راہ گیروں کی توجہ جلد از جلد کھینچنے کی غرض سے ایک موثر اور پرکشش انداز میں اہم سرخیوں کا اعلان چیخ چیخ کر کرتے ہیں۔ عام طور سے نائب مدیر جو سرخیاں تجویز کرتے ہیں وہی اخبار کے ''اشتہار'' کے لیے سرخیوں کا انتخاب کرتے ہیں، ایسے اشتہار میں وہ یا تین اور زیادہ سے زیادہ چار سرخیاں دی جاتی ہیں۔ انگریزی اخبارات اپنے ایسے اشتہارات کی طباعت کے لیے لکڑی سے بنے ہوئے ٹائپ استعمال کرتے ہیں جنہیں Wooden ٹائپ یا Elephant ٹائپ کہتے ہیں چونکہ ایسے اعلان کرنے والے اشتہارات کی زندگی کافی مختصر ہوتی ہے۔ اس کی نفیس طباعت کا کوئی اہتمام نہیں کیا جاتا، تقریباً تمام بڑے اخبارات کے دفتروں کے بیرونی حصے میں کئی نوٹس بورڈ Notice Board لگے ہوئے ہوتے ہیں جن پر اس ''اخبار کے اشتہار'' پن یا سیلوٹیپ سے چپکائے جاتے ہیں۔ تازہ ترین خبریں ایک نظر میں جاننے کے لیے ایسے اشتہار کی بڑی اہمیت ہوتی ہے۔ مغربی ممالک میں شاذ ہی کوئی ایسا روزنامہ اخبار نکلتا ہے۔ جس کا ایسا اشتہار شائع نہ

ہوتا ہو۔

آج کل زیادہ سے زیادہ تعداد میں اپنے اخبارات فروخت کرنے کی آرزوؤں کے نتیجے کے طور پر بعض اخبارات اپنے خصوصی اتوار کے ایڈیشن کے منتخب فیچروں کی جھلکیاں دو یا ایک دن پہلے کے اخبار میں پیشگی شائع کر دیتے ہے تا کہ قارئین کو اندازہ لگے کہ اگلے دن کے خصوصی ایڈیشن میں کیا مطالعاتی مواد شائع نہ ہوتا ہو۔

آج کل زیادہ تعداد میں اپنے اخبارات فروخت کرنے کی آرزوؤں کے نتیجے کے طور پر بعض اخبارات اپنے خصوصی اتوار کے ایڈیشن کے منتخب فیچروں کی جھلکیاں دو یا ایک دن پہلے کے اخبار میں پیشگی شائع کر دیتے ہیں تا کہ قارئین کو اندازہ لگے کہ اگلے دن کے خصوصی ایڈیشن میں کیا مطالعاتی مواد شائع ہونے والا ہے۔ بعض دوسرے ہمعصر اخبارات میں بھی اشتہارات کے ذریعہ کسی خاص ایڈیشن کے بارے میں دیگر خریداروں کی اطلاع کے لیے مضامین کی فہرست دی جاتی ہے تا کہ وہ بھی اگلے دن متعلقہ اخبار خریدنے کا قصد کریں۔ کسی بھی اخبار کا اشتہار کسی دوسرے ہمعصر اخبار میں شائع ہونے سے متعلقہ اخبار کے وقار میں کوئی کمی واقع نہیں ہوتی۔

صفحہ اول کی زیب وزینت

کسی بھی اخبار کے صفحات کے میک اپ کے لیے تکنیکی نام مستعمل ہیں مثلاً بریس Brace۔ فوکسڈ Focused، سمٹریکل Symmetrical کواڈرنٹ Quadrant، ورٹیکل Vertical، سرکس Circus وغیرہ حالانکہ ہر اخبار میں ہر صفحہ کی ترتیب پر بھی توجہ دی جاتی ہے۔ مگر صفحہ اول کی زیب وزینت پر خصوصی توجہ دی جاتی ہے۔ آج کل قدیم نمونوں کو ترک کیا جا رہا ہے اور ہر صفحے کے

لیے نئے نئے نمونوں کو ترجیح دی جا رہی ہے۔ گذشتہ چند برسوں سے معیاری روزناموں کے صفحہ اول پر میک اپ میں جدت طرازی خاص طور سے دیکھی جا رہی ہے۔ ان صفحات پر جدید رجحانات نمایاں رہتے ہیں۔ ان کی وضع قطع میں فنکارانہ میلان زیادہ دکھائی دیتا ہے۔ طرح طرح کے تجربات کیے جا رہے ہیں اور اس میدان میں مسلسل خوشگوار تبدیلیاں رونما ہو رہی ہیں۔ یہ تبدیلیاں اس عجلت سے رونما ہو رہی ہیں کہ صفحہ اول کی ترتیب میں تغیرات کا ایک نہ ختم ہونے والا سلسلہ چل پڑا ہے۔ ہمعصر اخبارات صفحہ اول کی تزئین میں ایک دوسرے پر سبقت لے جانے کی کوشش کر رہے ہیں۔ جس کے نتیجہ میں اس کے میک اپ میں مستقل طور پر بہتر سے بہتر نمونے دیکھنے کو مل رہے ہیں۔ بعض اوقات جدت طرازی کی کوششوں کے نتیجہ میں ایسے انوکھے اور اچھوتے صفحے ترتیب پا جاتے ہیں جنہیں دیکھ کر گوناگوں مسرت ہوتی ہے۔ گذشتہ بیس تیس برسوں میں تقریباً ہر شے کی وضع قطع میں عمدگی آئی ہے اور اخبار کا صفحہ اول اس سے محروم نہیں ہے۔

آج کا انسان ہر شے کا عصری معیار کی کسوٹی پر جانچنے کا عادی بنتا جا رہا ہے۔ وہ قدامت پرستی سے فرار کا قائل ہے۔ اخبار کا ایک اوسط قاری اندرونی صفحات کی وضع قطع سے زیادہ دلچسپی نہیں رکھتا۔ مگر صفحہ اول پر زیادہ دیر تک نظریں جمائے رکھتا ہے۔ دنیا بھر میں شاید صفحہ اول ہی وہ صفحہ ہے جس پر قارئین اور غیر قارئین کی نظریں یکساں پڑتی ہیں۔

عمومی طور پر میک اپ کے موضوع پر لکھی گئی کتابوں میں یہ خصوصی ہدایت ضرور نظر آتی ہے کہ:

اخبار کا میک اپ اس انداز سے کیا جائے کہ اخبار ''ایک اخبار'' لگے۔ یعنی

رسالہ اور کتاب سے یہ ظاہری صورت میں الگ نظر آئے۔ دوسرے الفاظ میں کسی بھی اخبار کے صفحہ اول کی یہ امتیازی خصوصیت ہو کہ وہ پہلی ہی جھلک میں اخبار دکھائی دے۔ یعنی دنیا بھر میں عوام کے تصور میں اخبار کا ''مجموعی'' یا اخبار کے ''صفحہ اول'' کا ایک خصوصی تصور ہے اور اس تصور کی گہرائی کا لحاظ رکھا جانا بے حد ضروری ہے۔

کسی بھی اخبار کے صفحہ اول کو ایک اچھی اور خوب صورت دوکان کے شوکیس سے تشبیہ دی جاتی ہے۔ یعنی جس طرح کسی دوکان کے بیرونی حصہ میں شیشہ دار الماریوں میں منتخب اشیاء ذوق اور قرینہ سے سجا کر رکھی جاتی ہیں اس طرح کسی بھی اخبار کے صفحہ اول کا بہت دلکش اور پر کشش ہونا ضروری قرار دیا جاتا ہے۔

ایک عرصے تک صفحہ اول کو کسی بھی طرح کے اشتہارات سے پاک رکھا جاتا ہے۔ مگر گذشتہ چند برسوں سے صفحہ اول کے نمایاں حصوں میں بھی اشتہارات دیے جانے لگے ہیں۔ جس طرح ایک ماہر معمار یعنی آرکی ٹیکٹ اپنی ہر نئی عمارت کو نئے نئے نمونوں سے سجا کر پیش کرنا چاہتا ہے ہر اخبار کا میک اپ ایڈیٹر بھی چاہتا ہے کہ ہر دن کا اخبار ایک نئے ڈھب کے ساتھ قارئین کے سامنے پیش ہو۔ عام طور سے کہا جاتا ہے کہ کسی بھی شے کا پہلا تاثر ہی عمدہ تاثر ہوتا ہے، یعنی (First Impression is the Best impression) اس طرح صفحہ اول کا تاثر کسی بھی قاری کے دل و دماغ پر ایک فوری اثر مرتب کرتا ہے۔ کسی بھی رسالہ یا کتاب کے اہم اوراق کی تزئین یا ترتیب کے لیے کافی وقت ملتا ہے مگر اخبار کی تزئین کے لیے نسبت بہت کم مہلت ملتی ہے۔ ایسے محدود اور پریشان کن لمحات میں فنکاران جدت پسندی کے ساتھ کسی صفحہ کو سجانے کا اہتمام کرنا واقعی ایک کٹھن کام

ہوتا ہے۔ یہ ایک کڑا امتحان بھی ہوتا ہے جس میں کامیابی سے زیادہ ناکامی کا خدشہ ہمیشہ منڈلاتا رہتا ہے

صفحہ اول کی تیاری کے وقت متعلقہ مدیر یا نائب مدیر یا خصوصی میک اپ ایڈیٹر کی سب سے بڑی ذمہ داری یہ ہوتی ہے کہ وہ اپنے لاتعداد قارئین کے ذوق اور پسندیدگی کا لحاظ رکھے۔ یہ ایک نظر صفحہ اول حسین وجمیل اور دل آویز نظر آئے۔ دیگر صفحات کے مقابلہ میں صفحہ اول کے مطالعہ کے لیے اوسط قاری کو تیز رفتاری سے پڑھنے کا مواد مہیا کرنا بہت اہم ہے۔ اگر کسی خاص وضع کی وجہ سے مطالعہ کی رفتار میں رکاوٹ پیدا ہونے کا گمان ہو تو فوراً ترتیب میں ضروری تبدیلی کرکے ایسی خامیوں کو دور کرنے کی ہر ممکن کوشش کی جائے، اخبار کا قاری ترتیب وتدوین کے امور کا ماہر تو نہیں ہوتا مگر کم ازکم اس میں اچھے اور برے میک اپ میں تمیز کرنے کی صلاحیت ضرور ہوتی ہے۔ اگر کسی کی ناتجربہ کاری یا غفلت یا عدم توجہ کی وجہ ترتیب میں عامیانہ پن یا بے ڈھنگا پن یا نمایاں خامی ہو تو اوسط درجہ کا قاری بھی ایسی بے قاعدگی اور بدسلیقگی کو آسانی سے پہچان لے گا۔

صفحہ اول ہمعصر حالات کا تازہ ترین آئینہ ہوتا ہے۔ کسی بھی تازہ اور اہم امر کی زیادہ سے زیادہ ترجمانی اندرونی صفحات سے زیادہ صفحہ اول پر ہونی ضروری ہوتی ہے۔ قدیم اخبارات میں خبریں اسی ترتیب سے دی جاتی تھیں جس ترتیب سے وہ اخبار کے دفتر میں موصول ہوتی تھی۔ آج کی دنیا میں یہ طریقہ کسی بھی قاری کو ہرگز پسند نہ آئے گا۔ اخبارات جب شروع ہوئے تھے تو اکثر ان اخبارات میں خبریں واحد کام میں دی جاتی تھیں یا زیادہ سے زیادہ دو کالم کی چوڑائی میں، مگر اب یہ کہنہ طرز کہیں بھی مقبول نہیں۔ اس طرح کی قدامت پرستی کے لیے جدید صحافت میں

کوئی جگہ نہیں نکل سکتی۔ بعض خبروں کو زیادہ اہمیت دی جاتی ہے اور بعض کو کم، مگر اس کے باوجود کسی بھی صفحہ اول کی ترتیب میں ایک خصوصی نظم کی ضرورت ہوا کرتی ہے۔ صفحہ اول کا ایک تشخص یعنی پرسنالٹی ہونا ضروری ہے۔ ایک ہی وضع قطع کا صفحہ اول معمولی ردوبدل کے ساتھ پیش ہو تو طبیعت بیزار ہو جاتی ہے۔ صفحہ اول کی وضع قطع ہر روز وسیع تبدیلیاں نمایاں ہو تو زیادہ شگفتگی رہتی ہے۔ خبریں ہمیشہ بدلتی رہتی ہیں۔ خبروں کی قدروں میں تبدیلیاں رونما ہوتی رہتی ہیں۔ اسی طرح صفحہ اول کے روپ رنگ میں بھی تغیرات ضروری ہیں۔ صفحہ اول پر جگہ پانے کے لیے کئی خبروں میں ایک طرح سے مقابلہ رہتا ہے۔ کئی ایسی اہم خبریں ہوا کرتی ہیں جنہیں صفحہ اول پر ہی جگہ دینے کی ضرورت محسوس ہوتی ہے۔ مگر فیصلہ اسی خبر کے حق میں ہوتا ہے جو بہت زیادہ اہم ہے۔ مشاہدہ ہے کہ کم وبیش صفحہ اول کی تمام خبریں اہمیت کی حامل ہوتی ہیں اور قاری کی نظریں پورے صفحہ کا ایک سرسری جائزہ ضرور لیا کرتی ہیں۔ وہ اوپر سے نیچے، دائیں سے بائیں، صفحہ اول پر ہی ''ایک نظر ڈالتا ہے اور اندرونی صفحات کو یہ سعادت عموماً نصیب نہیں ہوتی۔ سرخیوں میں جتنا مقابلہ صفحہ اول پر ہوتا ہے وہ اخبار کے دیگر صفحات پر اتنا کڑا نہیں ہوتا۔ اس لحاظ سے میک اپ کے ذمہ دار مدیر کی قوت فیصلہ کا استعمال زیادہ اور مسلسل ہوتا رہتا ہے اور اس ق وت کا موزوں رہنا بہت ضروری ہے۔ اہمیت کے پیش نظر اگر زیادہ سے زیادہ مواد صفحہ اول پر ٹھونس دینے کی کوشش کی گئی تو نتیجہ میں ایک بھدا پن پیدا ہو جاتا ہے۔ یہ تزئین کے فنکارانہ اصول کے منافی ہو جاتا ہے۔ مطالعاتی مواد اور دلکش وضع میں ضروری ہم آہنگی پیدا کرنے کے لیے کافی دیدہ ریزی کی ضرورت پڑتی ہے۔ ترتیب کار کا یہ فرض ہوتا ہے کہ وہ تمام خبروں کی ایک فہرست اپنے سامنے رکھ کر یہ فیصلہ کرتا رہے

کہ کون سی خبر کس جگہ اور کس صورت میں یقینی طور پر جگہ پائے گی۔ ایسی دماغی ورزش سے وہ آخری فیصلہ تک مناسب و موزوں تبدیلیاں کرتا رہے۔ صرف مطالعاتی مواد ہی نہیں بلکہ ضروری تصاویر کی جگہ کے انتخاب میں بھی مدیر کو معقول اور بروقت فیصلے کرنے ہوتے ہیں۔

جہاں تک بڑی سرخیوں کا سوال ہے یہ نکتہ ہمیشہ ذہن نشین رہے کہ قارئین اسی وقت بڑی سرخیوں کا احترام کرتے ہیں جب خبر غیر معمولی طور پر اہم ہے۔ اگر روزانہ شاہ سرخیوں کا استعمال کیا جاتا رہے تو قارئین بیزارگی کا اظہار کریں گے۔ کسی بھی صفحہ پر اشتہارات ہوں تو ترتیب کے مسائل ضرور پیدا ہوتے ہیں اس لیے بہت ضروری ہے کہ ترتیب کا خاکہ تیار کرتے وقت پہلے قبول شدہ اشتہارات کی جگہ محفوظ کر دی جائے۔ ضروری خبروں کو جگہ دینے کے لیے یہ احتیاط برتی جاتی ہے کہ اخبار کے ایک یا دو صفحات ایسے رکھ لیے جاتے ہیں جن پر اشتہارات بالکل نہیں دیے جاتے۔ ایسی پالیسی کا خوشگوار نتیجہ یہ نکلتا ہے کہ دیگر اندرونی صفحات کی ترتیب میں زیادہ آسانی رہتی ہے اور صفحہ اول سے بقیہ مواد بھی سہولت سے کسی بھی مناسب صفحہ پر کھپایا جا سکتا ہے۔ ماہر نائب مدیروں کی رائے ہے کہ صفحہ اول کو کسی بھی قسم کے اشتہارات سے پاک رکھا جائے تو ترتیب میں زیادہ آسانی رہتی ہے۔ زیادہ سے زیادہ پیشانی کے دائیں اور بائیں جانب کے اشتہارات چوکھٹے یعنی Ear Panels میں قبول کیے جائیں۔ چونکہ صفحہ اول کے اشتہارات پر اخبارات کو پچاس فی صد یا بعض اخبارات میں سو فی صد زیادہ نرخ وصول ہوتے ہیں اس لیے ایسے اشتہارات کو ترجیح دے دی جاتی ہے۔

آج کل خبروں کے لیے مستقل شعبے مقرر کر دیے گئے ہیں مثلاً اضلاعی خبریں،

بین الاقوامی خبریں۔ عالم اسلام کی خبریں، مختصر خبریں وغیرہ، مستقبل میں بھی ایسی تقسیم کارآمد ثابت ہوگی۔ اس طرح کی شعبہ جاتی تقسیم کے کئی فائدے ہیں۔ اس سے مدیروں کا کام بھی قدرے آسان ہو جاتا ہے اور قارئین بھی اپنی پسند کی خبروں کے حصے تک جلدی اور آسانی سے پہنچ سکتے ہیں۔ ایسے رسائل جو نیوز میگزین News Magazine کہلاتے ہیں آج کل کافی مقبولیت پا رہے ہیں اور ان میں سے بیشتر نے خبریں اور رائیں مختلف شعبوں میں شائع کرنے کا رواج قائم کر دیا ہے۔ رفتہ رفتہ روزانہ اخبارات بھی یہ طریقہ اپنانے لگے ہیں۔ ایسی شعبہ جاتی خبروں کے لیے مستقل عنوانات طے ہوتے ہیں جو قارئین کی رہبری کرتے ہیں

انگریزی اخبارات اور دیگر ہندوستانی زبانوں کے ایسے اخبارات میں جہاں ٹائپ کی طباعت ہوتی ہے سرخیوں میں تنوع ہوتا ہے۔ مگر اردو اخبارات کی سرخیوں میں عموما یکسانیت پائی جاتی ہے۔ ضرورت ہے کہ اردو اخبارات میں سرخیوں میں ضروری تبدیلیاں لانے کی جانب متوجہ ہوں۔ صفحہ اول پر یہ احتیاط ضرور برتی جائے کہ سرخیاں جہاں تک ہو سکے ایسی جگہ نہ آئیں جہاں اخبار کا موڑ یعنی فولڈ Fold آتا ہے۔ اگر موڑ پر سرخی کی طباعت ہوتی ہے تو مطالعہ میں تھوڑی دقت ضرور ہو جاتی ہے۔ کسی ایک صفحہ پر ایک یا زیادہ سے زیادہ دو چوکھٹے یعنی باکس Box استعمال کیے جائیں۔ کسی بھی صفحہ پر ضرورت سے زیادہ آرائش کا اہتمام کیا جائے تو اثر زائل ہو جاتا ہے۔

اخبار کیسے پرکشش بنایا جائے؟

خبروں کے مقبول ترین عنصر ہیں "عوام" انفرادی طور پر ہر انسان ایک اداکار ہے اور بقول شیکسپئر یہ دنیا ایک اسٹیج ہے۔ خبر تشریحی ہو یا اعداد و شمار پر مبنی۔ اس کی

بنیاد کوئی نہ کوئی فرد یا افراد ہوتے ہیں۔خبریں انسانوں ہی سے تخلیق پاتی ہیں اور انسان ہی ان خبروں کو مانجھ کر یا جھاڑ پھونک کر۔یا چیر پھاڑ کر قابل مطالعہ بنا کر عوام کے سامنے پیش کرتے ہیں۔اگر تمام خبریں بالکل روکھی پھیکی ہو جائیں تو ایک طرح کی بوریت محسوس ہوتی ہے ضروری ہے کہ اخبار کے صفحات پر ادھر ادھر کچھ نہ کچھ ''باغ و بہار'' قسم کی خبریں بھی بکھری رہیں جنہیں پڑھ کر قاری ذرا فرحت محسوس کرے۔غیر معمولی حادثات پر مبنی ایسی خبروں کو ایک خاص لچک اور اہتمام کے ساتھ پیش کرنا بہتر ہوتا ہے۔اردو اخبارات ایسی مزے دار یا جاندار یا چٹخارہ دار خبریں چوکھٹوں یعنی Box میں دیں۔یا معمول سے الگ ہٹ کر کچھ جلی قلم میں کتابت کروا کے انہیں نمایاں کریں یا ایسی خبر کے اطراف جاذب نظر بارڈر جمائیں تاکہ قاری کی نظر اس پر ضرور پڑے۔

بلا امتیاز مذہب وملت رنگ ونسل ہر قوم و اقتصادی حالات دنیا بھر میں جذبات میں یکسانیت پائی جاتی ہے۔انسانی احساسات ہر جگہ تقریباً ایک ہیں۔ان میں نسلی، جغرافیائی یا معاشی حالات بہت کم اثر انداز ہوتے ہیں۔بنیادی طور پر ہر انسان احساسات اور جذبات کے معاملہ میں کم وبیش یکساں ہے۔انسان تعلیم یافتہ ہو یا جاہل، مہذب ہو یا وحشی، غریب ہو یا امیر کئی معاملات میں وہ انسان کے درمیان حائل نہیں رہتی۔وہی خبر تمام انسانوں کو اپنی جانب متوجہ کرنے کی قوت رکھتی ہے۔ جس میں انسانی احساسات دھڑکتے ہیں اور انسانی جذبات مچلتے ہیں۔بات بہت دانش مندانہ ہو تو معدودے چند قارئین ہی ایسی عقلی یا دانشورانہ بات میں گہری دلچسپی لیتے ہیں مگر جب بات عام انسانوں سے اور انسانیت سے متعلق رہتی ہے تو ہر انسان بغیر کسی ہچکچاہٹ کے اپنی دلچسپی ظاہر کر دیتا ہے۔اس لیے دنیا بھر کے

اخبارات ہمیشہ ایسی رنگین، حیرت افزا، غیر معمولی حد درجہ دلچسپ محیر العقول، داد طلب دردانگیز، تبسم ریز، قہقہ آور یا نا قابل یقین نوعیت کی خبروں کی ٹوہ میں لگے رہتے ہیں۔ تقریباً ہر روز معیاری اخبارات میں ایک نہ ایک ایسی خبر ضرور آ جاتی ہے جسے ہم انسانی دلچسپی یا Human interest والی خبر کہہ سکتے ہیں۔ دنیا کی ہر زبان کے اخبارات میں ایسی دلکش حیران کن افسوس ناک نا قابل فراموش، قابل ذکر، عجیب وغریب، یا غور طلب، خبروں کو پوری اہمیت دی جاتی ہے۔ بعض اوقات ایسی خبریں کسی بھی ملک کی تہذیب یا تمدن کا آئینہ بھی ہوتی ہیں۔ ہندوستان جیسے ہمہ لسانی اور ہمہ ثقافتی ملک میں ایسی دلچسپ خبروں کی کمی نہیں پائی جاتی مگر اخبارات میں رپورٹیں بہت کم آتی ہیں۔ اس نوعیت کی جو بھی خبریں شرمندہ اشاعت ہو رہی ہیں عموماً پسندیدہ ہوتی ہیں۔ خبر رساں ایجنسیاں بھی ایسی ہلکی پھلکی یا فکر انگیز یا پرکشش خبروں کی تلاش میں رہتی ہیں۔ سنجیدہ اخبارات بھی اس قسم کی دلچسپ خبروں کو خصوصی اہتمام کے ساتھ شائع کرتے ہیں۔ ہندوستان میں کئی ایک ایسے باتصویر اخبار و رسائل جو انسانی دلچسپی کی خبروں کو فوقیت دے کر اچھی اشاعت پاتے ہیں اور قارئین کی دلچسپی برقرار رکھتے ہیں۔ ایسے صحیفہ نویس اس بات پر یقین رکھتے ہیں کہ عوام کو جو چیز زیادہ پسند ہے وہ زیادہ مقدار میں فراہم کی جائے۔ اخبار میں اسی چیز کو اولیت دی جائے جسے خریدار کی نگاہ منتخب کرتی ہے۔ جنوبی ہند کے چند کثیرالاشاعت روزنامے اس فلسفہ پر عمل کر کے اشاعت کی تعداد میں غیر معمولی ترقی کر رہے ہیں۔

علم نفسیات کے ماہرین نے اس ضمن میں جو تحقیقات کی ہیں انہوں نے بھی یہی اندازہ لگایا ہے کہ ہر انسان کا اوسط ذہن ایک بارہ سالہ بچے کا ہوا کرتا ہے۔ خواہ وہ

کسی بھی عمر کا ہو اور اس کی علمی قابلیت رسمی طور پر کتنی ہی بلند و بالا کیوں نہ ہو اس کی دماغی کیفیت میں ایک اوسط ہوتا ہے جو ایک بارہ سالہ انسانی ذہن کی کیفیت کے برابر ہوا کرتا ہے ۔ بالکل اسی معیار پر نفسیاتی ماہرین کہتے ہیں کہ عام طور سے ہر انسان کی اوسط تعلیمی قابلیت زیادہ سے زیادہ آٹھویں پاس طالب العلم کے مساوی ہوتی ہے ۔ کسی بھی صحیفہ نگار کے لیے ان نفسیاتی مشاہدوں کو یاد رکھنا ضروری ہے کیونکہ خبر لکھتے وقت ثقیل الفاظ سے احتراز کرنے کے لیے اور بہت ہی گہری فلسفیانہ باتیں شائع کرنے سے گریز کرنے کے لیے اس نکتہ کو ہمیشہ ذہن نشین رکھنا مددگار ثابت ہوسکتا ہے ۔ عام دلچسپی کو غیر معمولی خبریں سطحی انسان کو بھی اسی قدر متوجہ کرتی ہیں جتنی کہ ایک کافی تعلیم یافتہ انسان کو گپ شپ ایک ایسا مشغلہ ہے جس سے ہر کوئی دلچسپی رکھتا ہے ۔ بلند پایہ سماجی حلقوں میں بھی افواہوں پر تبادلہ خیال ہوتا ہے ۔ جن اصحاب کو کلب کی زندگی سے قربت یا رغبت ہے ۔ وہ اس انسانی کمزوری سے خوب واقف ہوں گے ۔ بازاروں اور کوچوں میں چائے خانوں میں ۔ پان کی دکانوں اور حجامت خانوں میں جہاں کہیں عوامی اجتماع ہوتے ہیں وہاں گپ بازی کا دور ضرور چلتا ہے ۔ عامیانہ قسم کے انسانوں میں اور نام نہاد چوٹی کی ہستیوں میں گپ بازی □Gossip اور افواہ سازی Rumour Mongering سے کچھ نہ کچھ دلچسپی ضرور لی جاتی ہے اسی طرح کس اخبار میں بھی ادھر ادھر کی جھوٹی سچی باتوں پر مشتمل ہلکے پھلکے کالم شائع ہوں تو قارئین ضرور محظوظ ہوتے ہیں ۔ کثیر الاشاعت روزناموں میں بھی ایک آدھ ایسے مختصر مضمون کو ضرور جگہ دی جاتی ہے قارئین کی تفریح کا اہتمام ہوتا ہے ۔ ضرورت ہے کہ اردو اخبارات فکاہیہ کالم کی اشاعت پر زیادہ توجہ دیں ۔

اگر نامہ نگار حساس ہو اور انسانی جذبات سے بخوبی واقف ہو تو وہ ذرا سی کوشش سے بیسیوں بلکہ سینکڑوں دلچسپ خبریں بڑی آسانی سے جمع کر سکتا ہے۔

بعض جائزہ نویسوں نے اندازہ لگایا ہے کہ کچھ قارئین ایسے بھی ہیں جو اخبار ہاتھ میں آتے ہی سب سے پہلے ایسی عجیب و غریب طرز کے خبروں کی تلاش کرتے ہیں اور ایسی ہی گرم، چٹ پٹی، رنگ رنگیلی یا شوخ اور حساس خبروں کے پڑھنے کے بعد ہی دیگر سنجیدہ خبروں کی جانب متوجہ ہوتے ہیں، ایسی مزے دار، جاندار، یا بھڑک دار خبریں اکثر و بیشتر غیر متوقع ہی ہوا کرتی ہیں کسی بھی نامہ نگار کو یہ اتفاقاً مل جایا کرتی ہیں۔ ہر نامہ نگار ہر سنجیدہ موقعہ پر بھی ایسی حاشیہ دار، تحیر آمیز، نمکین، تلخ ترش اور شیریں خبروں کا متلاشی رہتا ہے، نیت یہ ہوتی ہے کہ عمومی طور پر سنجیدہ اور مسلسل حوادث سے بھرے پڑے اخبار کے صفحات پر کچھ نمک مرچ کے چھینٹے مارے جائیں یا کچھ ادبی گلاب پاشی ہو۔ نگر بلند ہو اور غیر معمولی حالات کی دریافت کی لگن ہو تو ہر نامہ نگار روزانہ ایسی گدگدیوں سے اخبار کے قارئین کی دلبستگی کا سامان کر سکتا ہے۔ گہرے مشاہدے، زندہ دل رویے اور تجسس کی مدد سے ایسی دلچسپ خبریں ڈھونڈ لائی جا سکتی ہیں، توجہ کے ساتھ تدوین ہو تو ایسی شگفتہ خبروں میں سبق آموز پہلو بھی نکالے جا سکتے ہیں۔ ایسی خبروں کی ذہانت کے ساتھ ترتیب سے سماج کی رہنمائی اور فلاح و بہبود بھی ممکن ہے۔ کسی بھی زاویہ نگاہ سے ایسی خبروں کو مفید بنایا جا سکتا ہے۔ ایسی خبریں مقامی یا صوبائی یا ملکی سطح کی ہوں تو ان کی اہمیت میں مزید اضافہ ہو جاتا ہے۔ دلچسپ خبروں کو اور دلچسپ بنانے کے لیے مترجم یا نائب مدیر اپنی ادبی صلاحیتوں کو بروئے کار لا سکتا ہے۔ مقولوں، اشعار یا اعداد و شمار کے استعمال سے بھی ایسی خبروں کو قوی اور دلکش بنایا جا سکتا ہے آیات قرآنی اور

احادیث کے ساتھ بھی ایسی خبروں کے ذریعہ احساسات اور جذبات کو جھنجوڑا جاسکتا ۔انسان ظاہر ہے کہ انسانوں سے ہی بہت زیادہ دلچسپی رکھتا ہے ۔کسی بھی انسان کے ساتھ پیش آئے ہوئے نادر حادثہ کو وہ بڑی توجہ سے جاننے اور سمجھنے کی کوشش کرتا ہے ۔بات غم کی ہو یا مسرت کی، خبر دہشت ناک ہو یا فرحت افزاء عوام ایک خاص توجہ سے تفصیل جاننے کے مشتاق رہتے ہیں ۔مواد کم بھی ہو تو ایک ذہین مدیر دلچسپ خبروں کو شرح یا وضاحت کے ساتھ مزید دل آویز اور جذبات انگیز بنا سکتا ہے ۔ ضروری نہیں کہ ایسی خبر ٹیلی پرنٹر پر آئی ہوئی خبر کی رپورٹ کا لفظ بہ لفظ ترجمہ ہو ۔کوائف کو علاحدہ ڈھنگ سے لکھ کر اسے نئی شکل دی جاسکتی ہے ۔ایسی سرخی دی جا سکتی ہے جو قاری کے ذہن کو مرتعش کرے یا قاری کی توجہ فی الفور جیت لے، شاعرانہ زبان یا ادبی چاشنی استعمال کرکے بھی کسی دلچسپ خبر کے تاثر میں افزود رنگ بھرا جاسکتا ہے ۔عام خبروں کی ترتیب سے ہٹ کر بھی ایسی دلچسپ خبر تحریر کی جاسکتی ہے ۔ایسی خبروں میں موزوں فلمی گیتوں کے ٹکڑوں، یادگار مکالموں، تاریخی عمارتوں، مشہور اقوال، مناسب اشعار، برجستہ محاوروں یا دلچسپ سوالات کا بھی استعمال ہوسکتا ہے ۔بہر حال جدت طرازی سے کسی بھی دلچسپ خبر کو نئے قالب میں ڈھالنے کی کامیاب کوشش کی جاسکتی ہے ۔جو بھی سجاوٹ ہو کی جائے ۔جو بھی تخلیقی قوت ہو وہ صرف کی جائے، مگر حقائق سے پورا انصاف باقی رہے ۔کسی بھی قسم کی مبالغہ آمیزی سے پرہیز ضروری ہے ۔بڑھا بھی لیتے ہیں کچھ زیب داستاں کے لیے ”پر عمل کرتے ہوئے حقیقت سے دور ہٹنے کی کوشش نہ کی جائے ۔خبر سچے مگر سچائی سے دور نہ ہو ۔ایسی خبروں میں غلط بیانی اور ڈینگ بازی سے مکمل پرہیز برتا جائے ۔قارئین کے اعتماد ذرہ بھر بھی دکھانہ لگنے پائے ۔

انسانوں کے بعد جانوروں سے متعلق خبروں کو بھی اہمیت دی جانی ضروری ہے ۔جنگلی جانوروں کے عادات وغیرہ یا چڑیا گھروں میں وقوع پذیر غیر معمولی واقعات کی خبروں سے قارئین کی گہری دلچسپی کا سامان بہم ہوتا ہے ۔صحافت کے محققین کی رائے ہے کہ انسانی دلچسپی کی خبروں کو غیر ضروری طوالت سے بچائے رکھنا دانائی ہے۔ ایک مشورہ ہے کہ دلچسپ خبریں تین سو الفاظ سے زیادہ پر مشتمل نہ ہوں۔ اختصار کیساتھ جامعیت اور جاذبیت پیدا کی جائے بات خاص انداز سے کہی جائے اور موثر انداز میں شائع کی جائے ، ہر دلچسپ خبر میں ایک التجا ہو یا اے دبا ہوا پیغام ہو۔ ایک صلاح ہو یا ایک مشورہ ہو، انسانیت کی نباضی ہو یا صحیح عکاسی ہو۔ انسانی دلچسپی کی خبر پڑھتے وقت قاری کا یہ احساس جواں رہے کہ وہ ایک انسان ہے اور دنیا کے تمام انسان بہر حال ایک ہی تسبیح کے دانے ہیں۔

کسی بھی اخبار میں مقامی خبروں کی اولیت دی جائے ۔ معاشرہ کے جملہ افراد کو یہ مسلسل محسوس ہوتا رہے کہ اخبار ان کے ماحول کا آئینہ ہے ۔اور عصری زندگی میں اس آئینہ کے بغیر زندگی کاٹنا ناممکن نہیں تو مشکل ضرور ہے ۔ معاشرہ اور اخبار کی باہمی وابستگی ایک اہم ضرورت ہے ۔ اداریوں میں عام طور سے قومی اور بین الاقوامی امور کو فوقیت دی جاتی ہے ۔بہتر ہے کہ مقامی معاملات پر بھی زیادہ تفصیل سے اداریئے لکھے جائیں تاکہ قارئین کو یہ احساس ہو کہ ان کا مرغوب اخبار مقامی مسائل اور عوامی مصائب پر ضروری توجہ مرکوز کر رہا ہے ۔

اخبار کو ہر لحاظ سے مفید اور کار آمد بنایا جائے ۔مغربی ممالک کے اخبارات میں اعداد و شمار پر بہت زیادہ توجہ دی جاتی ہے ۔ضرورت ہے کہ ہندوستان میں بھی ان کو اہمیت دی جائے ۔اعداد و شمار کو انگریزی میں ''اسٹاٹس ٹکس'' Statistics کہا

جاتا ہے۔ یہ علم ریاضی کی ایک شاخ ہے۔ اسے سائنس کا درجہ دیا جاتا ہے۔ یہ ایک ایسا علم ہے جس کی رو سے کسی بھی معاملہ کے رجحانات کا حسابی جائزہ لیا جاتا ہے۔ اعداد و شمار پر مبنی مشاہدات اور پیمائشوں سے کئی رہبرانہ نتائج برآمد ہوتے ہیں۔ اس علم کی مدد سے نکالا جانے والا مقبول ترین طریقہ ''اوسط'' ہے۔ ملنے والے مستند اعداد کی بنیاد پر کسی بھی چیز کا اوسط کافی درستگی سے نکالا جاتا ہے جس سے کئی اقتصادی، عمرانی اور سیاسی معاملات میں مدد ملتی ہے۔ اس گہرے علم نے حالیہ برسوں میں کافی ترقی کی ہے۔ اس علم کی مدد سے نکالا جانے والا ایک اور معتبر حسابی اندازہ ''اسٹنڈرڈ ڈی وایشن'' Standard Deviation کہلاتا ہے۔ اس سے یہ درست تجزیہ اہم حسابی قیاس جس کی آج کل بڑی قدر و منزلت ہو رہی ہے وہ پروجیکٹیڈ اسٹاٹس ٹکس Projected Statistics کہلاتا ہے مثلاً گذشتہ کئی سالوں اور دہوں کی آبادی کے اعداد و شمار کی بنیاد پر یہ حسابی پیش گوئی کی جاتی ہے کہ سال 2001ء میں ہندوستان کی آبادی کیا ہوگی؟ دنیا کی آبادی کیا ہوگی؟ جس کسی بھی موضوع پر معتبر اعداد و شمار دستیاب ہیں ان کی مدد سے مستقبل کے اعداد کا حتی الامکان صحیح اندازہ لگایا جاتا ہے جس سے تحقیقی کاموں میں بہت مدد ملتی ہے۔ اس ریاضی علم کا ایک مقبول طریقہ کار نمونہ جانچ یا سیمپلنگ Sampling کہلاتا ہے۔ اس کے ذریعہ کسی بھی معاملہ کے سلسلہ میں مختلف جائزے بڑی آسانی سے اور تشفی بخش طریقوں پر لیے جاتے ہیں، یہ ایک نمائندہ جائزہ ہوتا ہے جس میں مختلف جماعتوں کے نمائندے اعداد و شمار کی بنیاد پر جدید قیاس آرائی کی جاتی ہے۔ رائے عامہ کے جائزوں میں اس طریق کار سے خاطر خواہ فائدہ اٹھایا جاتا ہے۔ کسی بھی گروہ یا فرقہ یا سماج کے مختلف افراد کا ایک اٹکل پچو یعنی Random محاصرہ کیا جاتا ہے اور فراہم شدہ سوال

نامہ کے جوابات پر منحصر معلومات کا تجزیاتی مطالعہ کیا جاتا ہے۔ آج کل مالی معلومات میں اعداد و شمار کی مدد سے انجام پاتے ہیں۔ سائنس اور ٹیکنالوجی سے متعلق کوئی بھی علم اعداد و شمار کے بغیر ایک قدم بھی آگے نہیں بڑھ سکتا۔

اخبارات میں ہر روز کوئی نہ کوئی معاملہ ایسا ضرور رہوتا ہے جس میں اعداد و شمار کے بغیر وضاحت نہیں ہوتی کئی خبریں ایسی ہوتی ہیں جس میں اعداد و شمار کا حصہ حذف کر دیا جائے تو خبر نامکمل اور متبذل ہو جاتی ہے۔ سوال بڑھتی ہوئی آبادی کا ہو گھٹتی ہوئی سفید شیروں کی تعداد کا معاملہ کسی ہوائی جہاز میں حادثہ کی وجہ ہلاک ہونے والے مسافروں کا ہو یا میٹرک میں کامیاب ہونے والے امیدواروں کا، مسئلہ آئندہ سال کے بجٹ کا ہو یا موسم کے حال کا، اخبار میں اعداد و شمار کی شمولیت از حد ضروری ہے۔ انتخابات کے نتائج میں ضروری اعداد و شمار رج ہونے ضروری ہیں۔ ٹینس، کرکٹ اور دیگر اہم کھیلوں کی رپورٹوں میں اعداد و شمار کا تذکرہ ناگزیر ہے۔ کسی بھی سرکاری رپورٹ کے بارے میں اطلاع متعلقہ اعداد و شمار کے بغیر تشنہ رہ جاتی ہے۔ بین الاقوامی اداروں سے مسلسل کسی نہ کسی اہم معاملہ پر کوئی نہ کوئی معلوماتی رپورٹ آتی رہتی ہے جس میں اعداد و شمار کی اہمیت ضرور ہوتی ہے۔ اخبار کا صنعتی و تجارتی صفحہ تو اعداد و شمار کی بنیاد پر ہی مرتب ہو سکتا ہے۔ اعداد و شمار کے استعمال میں ایک عشاریہ تک کی غلطی تمام گڑبڑ کا باعث ہو سکتی ہے۔ جس کسی بھی اخباری رپورٹ میں اعداد و شمار کا اندراج ہے اس کی تحریر سے زیادہ درستگی پر بھرپور توجہ دی جائے۔

اخبار میں شائع ہونے والے اعداد و شمار میں تقابل کی اہمیت زیادہ ہوتی ہے۔ کئی معاملات ایسے ہوتے ہیں جس میں بات زیادہ وضاحت سے ماضی کے اعداد و

شمار کے تذکرہ کے ساتھ ہی سمجھائی جاسکتی ہے۔ یہ اہم ذمہ داری اخبار نویسوں کی ہے کہ وہ گذشتہ سالوں یا مہینوں یا دنوں کے اعداد و شمار کی روشنی میں تازہ اعداد و شمار پیش کریں۔ حکومتی معاملات میں اعداد و شمار کی اہمیت اتنی شدت اختیار کرگئی ہے کہ ہر ریاستی حکومت نے اسکے لیے محکمہ شماریات Department of Statistics قائم کیے ہیں جہاں سے مطلوبہ معاملات پر مستندترین اعداد و شمار بڑی آسانی سے مل جاتے ہیں۔ مختلف انسائیکلوپیڈیا Encyclopedia، ہوازہو Who's who ائیر بک Year Book جیسی حوالہ جاتی کتابوں میں اعداد و شمار حد درجہ درستگی کے ساتھ دیے جاتے ہیں۔ کئی اہم موضوعات پر ''اعداد و شمار کی سالانہ کتابیں'' یعنی Statistical Year Books مل جاتی ہے۔ اخبارات کا فرض ہے کہ وہ اعداد و شمار کی فراہمی اور اشاعت میں غیر معمولی احتیاط برتیں۔

قارئین کی دلچسپیوں کا احترام

اخبار کی بقا کا بیشتر انحصار قارئین پر ہے۔ قارئین کی رضامندی، منظوری، خوشی او مسلسل سرپرستی اور سہارے کے بغیر کوئی بھی اخبار مسلسل اشاعت اور ترقی کی راہوں میں کامیاب نہیں رہتا۔ تجارتی اصولوں میں ایک بہتر اصول یہ بتایا جاتا ہے کہ ہم گاہکوں پر منحصر ہیں، گاہک ہم پر منحصر نہیں، بالکل اسی طرح اخبارات بھی قارئین کی اہمیت کا لحاظ کرتے ہیں۔

بعض قارئین اپنی پسند یا ناپسند کے بارے میں رضا کارانہ طور پر اخبار کو خطوط لکھتے ہیں اور اپنے مشوروں سے نوازتے ہیں مگر ایسے قارئین کی تعداد بہت کم ہوتی ہے۔ کسی نہ کسی طرح مسلسل اندازہ لگتے رہنا چاہیے کہ قارئین اخبار میں کس چیز سے نالاں ہیں اور کس چیز سے زیادہ مطمئن ہیں، ممکن ہو تو ایسے توصیفی اور معترض خطوط

شامل بھی کیے جائیں تاکہ قارئین کو دیگر قارئین کے خیالات سے شناسائی ہو۔

بڑے اخبارات وقتاً فوقتاً قارئین کے رجحانات کے جائزوں کا اہتمام کرتے ہیں جنہیں ریڈرشپ سروے Readership Survey کہا جاتا ہے۔ ایسی کوشش میں مختلف طبقات کے منتخب قارئین کے خیالات جاننے کے لیے سوال نامے بھیجے جاتے ہیں۔ اخبار کے خصوصی نمائندے قارئین سے بالمشافہ ملاقات کرکے بھی جوابات حاصل کرتے ہیں۔ چند اڈورٹائزنگ ایجنسیاں بھی ایسی ذمہ داریاں قبول کرتی ہیں اور اپنے وسائل کو کام میں لاکر متعلقہ اخبار کے قارئین کے رویوں اور رجحانات کے بارے میں تحقیقی جائزے لیتی ہیں۔ کچھ اخبارات صحافت کے طلبہ کو یہ ذمہ داری سونپتے ہیں کہ وہ اپنے طور پر جائزے لے کر اخبار کے عملہ ادارت کی رہنمائی کریں۔

چھوٹے اخبارات ایسی کوششوں کو نظر انداز نہ کریں۔ اپنے طور پر کسی نہ کسی طریقے سے یہ جاننے کی کوشش کریں کہ قارئین کس نوعیت کا مطالعاتی مواد زیادہ رغبت سے پڑھتے ہیں اور کس نوعیت کے مواد سے انہیں چڑ یا نفرت ہے۔ ایسی تحقیق اور تصدیق معلومات کی روشنی میں اخبار کی پالیسی میں ضروری تبدیلی لائی جائے۔ کبھی کبھار قارئین کو کھلی دعوت دی جائے کہ وہ اخبار کے بارے میں اپنے تاثرات لکھ کر بھیجیں۔ ایسے خطوط کے لیے انعامات کا اعلان ہو تو دلچسپی زیادہ رہتی ہے۔ بہر حال قارئین کی ترجیحات پر ضروری توجہ دی جائے۔

رابطہ عامہ

رابطہ عامہ کا آغاز تشہیری کاروبار سے ہو اور آج کل، تشہیر یعنی پبلسٹی Publicity کر ابطہ عامہ کی ایک شاخ بن چکی ہے۔ رابطہ عامہ کا اصل منشا عوام کو

ایک دوسرے سے رفیقانہ اشتراک عمل کے لیے موزوں ماحول فراہم کرنا ہے باہمی سمجھ بوجھ اور خوشگوار تعاون پر زور دیا جاتا ہے۔ رابطہ عامہ کا نصب العین ہی ہر میدان عمل میں ترتیب تطبیق توافق، انضباط اور ہم آہنگی پیدا کرنا ہے موجودہ زمانہ میں ایک دوسرے سے اپنے مصائب کا تذکرہ کرنا بہت ضروری سمجھا جاتا ہے۔ کسی بھی نیت سے اپنے مسائل اور خوبیوں، منصوبوں اور طریقہ کار کے بارے میں زیادہ سے زیادہ لوگوں کو معلومات فراہم کرنے کی ضرورت پر زور دیا جاتا ہے۔ ہر جماعت کو دوسری ہمعصر جماعت کے بارے میں اطلاعات بہم کرنا ضروری اور مفید سمجھا جاتا ہے۔ رابطہ عامہ کو بعض لوگ تعلقات عامہ کا نام بھی دیتے ہیں ہر تجارتی ادارہ چاہتا ہے کہ وہ مقبول رہے اور متعلقہ حلقوں میں وہ ہمیشہ وقار کا مالک رہے۔ عوامی اعتماد کو برقرار رکھنے کے لیے ہر ادارہ بے قرار رہتا ہے پرہیز علاج سے بہتر ہے۔ کے اصول پر عمل کرتے ہوئے کوشش کی جاتی ہے کہ کسی بھی سطح پر تعلقات میں بگاڑ آنے سے پہلے تدارک کرلیا جائے۔ ہر صنعتی اداروں مین مزدوروں سے بہتر تعلقات کے بغیر پیداوار کرلیا جائے۔ ہر صنعتی اداروں میں مزدوروں سے بہتر تعلقات کے بغیر پیداوار میں اضافہ نہیں ہوتا۔ حصہ داروں سے خوشگوار تعلقات مستحکم نہ ہوں تو کسی بھی کمپنی یا کارپوریشن کے ترقیاتی کاموں میں رکاوٹیں پیدا ہوتی ہیں۔ مالک اور مزدور کے جھگڑے بروقت مناسب اور معقول طریقہ پر ختم نہ کیے جائیں تو نتیجہ دونوں کے لیے ضرر رساں ہو جاتا ہے۔ مزدوروں کی فلاح و بہبود کے بغیر کوئی مالک یا صنعتی ادارہ زیادہ دنوں تک پنپ نہیں سکتا۔ سماج میں بھی تمام افراد کے درمیان رفاقت، تعاون اور ہمدردی کے جذبات نہ ہوں تو ماحول میں کشیدگی پید اہو جاتی ہے۔ فرقہ وارانہ ہم آہنگی نہ ہو تو پورا معاشرہ خطرہ میں پڑ جاتا ہے۔ خریدار

مطمئن نہ ہوں تو معمولی دوکانداری بھی ٹھپ ہو جاتی ہے۔ آج انقلابی دور میں رابطہ عامہ کی اہمیت لمحہ بہ لمحہ بڑھتی جارہی ہے۔ رابطہ عامہ کے افر کو ''سماجی معمار'' یعنی Social Engineer کا لقب دیا جاتا ہے، کچھ لوگ انہیں پوشیدہ ترغیب کار یعنی Hidden Persuaders کہتے ہیں۔ آج کل ہر اہم سرکاری اور نیم سرکاری ادارہ میں رابطہ عامہ افسر پی آر او، P.R.O یعنی پبلک ریلیشنز آفیسر Public Relations Officer کی موجودگی بہت ضروری سمجھی جاتی ہے۔

ایک اوسط اخبار کے لیے بھی رابطہ عامہ کا شعبہ ضروری سمجھا جاتا ہے۔ ناشرین کو چھ مختلف حلقوں سے خوشگوار روابط قائم اور مستحکم رکھنے ہوتے ہیں:۔

۱۔ اخبار کے جملہ ملازمین۔

۲۔ قارئین

۳۔ مشتہرین

۴۔ عوام جو قارئین بھی ہو سکتے ہیں اور غیر قارئین بھی، معاشرہ کے عمومی اراکین۔

۵۔ تجارتی ادارے جو کاغذ، سیاہی یا دیگر اشیاء فراہم کرتے ہیں۔ اخبار کی تقسیم اور فروخت سے متعلق تاجر اور تجارتی ادارے اور

۶۔ حکومت۔ اگر اخبار کی ملکیت حصہ داروں پر مشتمل ہو تو ان سے بھی بہتر تعلقات رکھنا ضروری ہے۔

اخبار کے روابط عامہ افسر کا یہ فرض ہے کہ وہ اپنے اخبار کے بارے میں جملہ عوام کی رائے اچھی رکھنے کے لیے کوشش کرے۔ عوام اخبار کو ایک صحت مند، مستند، معتبر مفید جریدہ اور معاشرہ کا صحیح نمائندہ سمجھیں۔ یہ اطمینان کر لینا ضروری ہے کہ

عوام کا کوئی طبقہ اخبار سے ناراض نہیں ہے۔ اگر کسی بھی طبقہ میں اخبار سے برہمی ہے تو وجوہ کا صحیح پتہ لگا کر ایسی ناراضگی ختم کرنے کی ہر ممکن سعی کی جائے۔

کہتے ہیں کہ خیرات کا گھر سے شروع ہونا ضروری ہے۔ اگر رابطہ عامہ کے زریعہ عوام سے بہتر اور پسندیدہ تعلقات کی تمنا ہے تو بہت ضروری ہے کہ سب سے پہلے مالکان اخبار اور متعلقہ تمام ملازمین کے درمیان عمدہ ترین رفیقانہ تعلقات کا تیقن کر لیا جائے۔ عملہ کے تمام اراکین کو ملازمت کے سلسلہ میں تشفی بخش سہولتیں فراہم ہوں اور انہیں کسی بھی قسم کی شکایت کا موقعہ نہ دیا جائے۔ اس بات کا اطمینان کر لیا جائے کہ اخبار کے تمام کارکن انتظامیہ سے خوش ہیں اور وہ کسی بھی حالت میں اپنے اخبار کے بارے میں بیزارگی کا اظہار نہیں کریں گے۔ ایسی خوشنودی اور رضامندی ہی رابطہ عامہ کا عین مقصد ہے

انتظامیہ امور کے ماہرین کے خیال میں کسی بھی ملازم کو مطمئن اور مسرور رکھنے کے لیے مندرجہ ذیل باتوں کا خیال رکھنا ضروری ہے:

۱۔ ملازم ہمیشہ یہ محسوس کرے کہ اس کے ساتھ ایک انسان کی طرح برتاؤ روا رکھا گیا ہے اور اسے ایک مشین نہیں سمجھا جا رہا۔ اسے یہ بھی محسوس ہو کہ اسے پورے کاروبار میں ایک حصہ دار کی حیثیت حاصل ہے اور اسے صرف تنخواہ پانے والے ملازم کی طرح کمتر نہیں سمجھا جا رہا ہے۔

۲۔ ملازم کو یہ تسلی رہے کہ اسے حسب لیاقت بروقت ترقی مل رہی ہے۔

۳۔ ملازمین کو اس بات کا احساس رہنا ضروری ہے کہ انہیں ان کی محنت اور مشقت کی مناسبت سے تنخواہیں اور دیگر سہولتیں مل رہی ہیں۔

۴۔ ہر عملہ انتظامیہ میں ایک افسر بالا ہوا کرتا ہے۔ اخبار کے ملازم سے افسر

بالاکو دوستانہ برتاؤ روا رکھنا چاہیے۔

۵۔ ملازم کو یہ تشفی رہنا بھی ضروری ہے کہ مالکان یا منتظمین اس کی یونین، انجمن یا ایسوسی ایشن کا احترام کرتے ہیں اور بحیثیت ملازم اس کے حقوق اور مراعات کو کسی قسم کا دھکا نہیں لگے گا۔

۶۔ دفتر یا کارخانہ پریمس میں ملازم کے لیے بنیادی انسانی ضروریات کا مناسب ترین انتظام رہے مثلاً بیت الخلاء بیت الطعام Dinning Hall چائے خانہ □ Canteen پینے کا پانی، آمد ورفت کی سہولت ٹیلی فون کے استعمال کی اجازت اولین طبی امداد کا اہتمام، ضروری اور اہم ملاقاتیوں سے گفتگو کی اجازت وغیرہ۔

ہر اخبار کے لیے ضروری ہے کہ وہ اپنے ملازمین کے تحفظ کے لیے تمام لیبر قوانین وضوابط کا احترام کرے۔ پراویڈنٹ فنڈ، گریچویٹی، تعطیلات، طبی امداد، وغیرہ روایتی اور رائج سہولتوں کی پابندی کی جائے۔ بعض فراخ دل مالک اپنے سالانہ منافع کا کچھ حصہ اپنے مستقل ملازمین میں تقسیم کرتے ہیں۔ کچھ اخبارات اپنے عملہ کے اراکین کے لیے بیمہ کا انتظام کرتے ہیں۔ اگر ملازمین اسکوٹر یا موٹر کار خریدنے کے لیے پیشگی قرضہ جات طلب کریں تو انہیں آسان قسطوں میں ادائیگی کی سہولت دی جائے۔ بعض بڑے اخبارات اپنے عملہ ادارت کے اراکین کو سال میں ایک بار دفتر کے خرچ پر سیر وسیاحت کے لیے جانے کی سہولت دیتے ہیں کئی اخبارات میں خاندان کے اراکین کو بھی راہ خرچ فراہم کیا جاتا ہے۔ ایسے خوشگوار طریقون کے نتائج دور رس اور عمدہ نکلتے ہیں۔

کسی بھی اخبار کے رابطہ عامہ کا پروگرام دو بڑے اصولوں پر مرتب کیا جاتا ہے۔

پہلا۔اخبار کی پالیسی، جس میں رابطہ عامہ کی پالیسی کے واضح خطوط بھی شامل ہوتے ہیں اور دوسرا۔ایسے تمام طریقوں کا استعمال جس سے عوام اور خواص دونوں میں اخبار کی نیک نامی ۔شہرت اور مقبولیت میں اضافہ ہو۔

رابطہ عامہ کی سرگرمیوں کے ذریعہ اخبار سے سماج میں بار بار اس بات کا اعلان کرتا رہے کہ وہ سراسر عوام کی خیر خواہی سے دلچسپی رکھتا ہے۔ قارئین کے ذہن میں یہ بات اچھی طرح بٹھائی ہوتی ہے کہ ان کا محبوب اخبار عظیم ادبی ،سماجی اور ثقافتی خدمات انجام دے رہا ہے۔اخبار کو ایک خالص تجارتی شے سے زیادہ ایک اہم اور مفید سماجی ادارہ کی حیثیت سے مشتہر کیا جائے عوام پر یہ واضح کرنے کی کوشش کی جائے کہ کس طرح اخبار معاشرہ کی بہبودی کے لیے سرگرم عمل ہے۔اخبار کی پریس کی آزادی سے رغبت اور محبت کا اعادہ کیا جاتا رہے۔ قارئین پر یہ ظاہر کیا جائے کہ اخبار ایک عمدہ ضابطہ اخلاق پر کاربند ہے۔ایک اچھا اخبار معاشرہ میں ایک اچھے شہری کا درجہ رکھتا ہے۔وہ ہمیشہ ترقی کی راہوں پر گامزن رہتا ہے۔وہ ہر معاملہ میں واجبی برتاؤ سے اپنی تجارتی سرگرمی جاری رکھتا ہے۔وہ کسی بھی ناانصافی کے خلاف سینہ سپر رہتا ہے۔وہ سماج کے اقدار کا محافظ ہوتا ہے۔وہ ہر جماعت، ہر فرقہ اور ہر مذہب کے ارکین کے درمیان ہم آہنگی باہمی مفاہمت او ر دوستانہ اشتراک عمل کا خواہاں او ر معاون ہوتا ہے۔ ہر عمدہ اخبار عمومی زندگی میں مسلسل برتری لانے کا حامی رہتا ہے۔ایک صحیح اور صالح معاشرہ کی زندگی میں اخبار کا اہم اور قابل احترام مقام ہوتا ہے۔اس طرح اچھی صحافت اچھی نیادت کی علمبردار سمجھی جاتی ہے۔

حصہ ہفتم

اخلاقی اور قانونی امور

باب 22

صحافتی اصول اخلاق

آئرلینڈ کی ایک ضرب المثل ہے کہ: ''اگر دولت گئی تو کچھ نہیں گیا، صحت گئی تو کچھ گیا اور اگر اخلاق چلا گیا تو سب کچھ چلا گیا۔ اخلاق ایک انسانی رویہ ہے۔ دنیا کا ہر مذہب اخلاقی تعلیمات پر مبنی ہے۔ اخلاقی اقدار کے بغیر انسانی زندگی نامکمل سمجھی جاتی ہے۔ اخلاقی اصول ہر ملک میں ہر دین میں اور ہر دور میں موجود رہے ہیں۔ آج تک جتنے بھی پیغمبر، پیشوا، رشتی منی، ہادی مصلح وغیرہ دنیا میں آئے ہیں اخلاقی اصولوں کی تبلیغ کرتے رہے ہیں۔ اخلاق کے لیے انسان کا ضمیر جواب دہ ہے۔ قانون کی خلاف ورزی پر عدالت سے سزا ملتی ہے۔ مگر اخلاق کے اصولوں کی پابندی رضا کارانہ طور پر کرتی ہے۔

صحافت انسانی زندگی میں ایک اہم مقام کی مالک ہے۔ یہ آزادی کی محافظ اور جمہوریت کی ترجمان ہے۔ خلق کی آواز صحافت ہی کے ذریعہ گونجتی ہے۔ اخبارات اور اخبار نویسوں کی اہمیت نہ صرف تسلیم شدہ ہے بلکہ اس میں مسلسل اضافہ ہوتا جا رہا ہے۔ اخبارات اظہار کے ذرائع ہیں۔ یہ عوام کے لیے شائع ہوتے ہیں۔ عوام کے حقوق کی حفاظت ان کا فرض ہے۔

علم الاخلاق فلسفیوں کے نزدیک ایک ایسا موضوع ہے جس کے ذریعہ کسی بھی فرد یا جماعت کے رویوں اور رجحانات کا جائزہ اخلاقی اصولوں کی روشنی میں کیا جاتا ہے۔ اخلاقی قوانین کا اطلاق زبردستی نہیں ہوسکتا اخلاقاً غلط سلوک کبھی انفرادی طور

پر ہوتے ہیں اور کبھی اجتماعی طور پر۔ ہر انسانی حرکت کی پشت پر جو نظریہ یا منشا کام کرتا ہے اس کا جائزہ لیا جانا بعض اوقات بہت ضروری ہوتا ہے۔ نیت عمل، رد عمل اور مشاہدہ اپنی اپنی جگہ کارفرما رہتے ہیں۔ انسانوں کے رویے چال چلن یا ڈھنگ کے بارے میں مختلف خیالات پائے جاتے ہیں۔ اخلاقیات کے بارے میں صدیوں سے مفکروں نے دماغ پاشی کی ہے۔ کڈورتھ، جے جے روسو، لارڈ شیافٹس بری، اور فرانسس ہچیسن نے ان معاملات پر کافی تحقیق کی ہے، کومٹے جان لاک ہابس ہیل دی ٹیس اور جے ایس مل جیسے مشہور مفکرین کے اخلاقی نظریات پر بھی اب تک کافی بحث ومباحثہ ہو چکا ہے۔ ہر مفکر نے اخلاقی اصولوں پر اپنے اپنے انوکھے انداز میں تشریح وتوضیح کی ہے۔ بیشتر مفکرین کا اصرار ہے کہ اخلاق انسانوں کے اختیار تمیز کا نتیجہ ہے۔ اخلاق ایک قوت فیصلہ ہے بعض اسے شعور کہتے ہیں۔

تقریبا ہر مفکر نے رویہ اور ضمیر میں قریبی اور عمیق تعلق کا اعتراف کیا ہے اخلاقیات میں کشمکش ہمیشہ انتہائی بدی اور انتہائی نیکی کی رہا کرتی ہے۔ اخلاقیات کی تاریخ سے پتہ چلتا ہے کہ باوجود تلاش، کوشش اور تحقیق کے فلسفیوں نے بہترین اخلاق کی کسوتی دریافت نہیں کی ہے۔ دنیا کا ہر حصہ میں انسانی رویہ پر دینی تعلیمات اور ہدایات کی گہری چھاپ ہے۔ سقراط اور کانٹ جیسے مفکروں کے بھی علم الاخلاق کے بارے میں مختلف خیالات ہیں۔ افلاطون جیسے قدیم اور عظیم فلسفی نے بھی اصول اخلاق کے مختلف پہلوؤں پر فکر انگیز روشنی ڈالی ہے۔ رائس ہیگل، اور جان ڈیووی جیسے جدید مفکرین نے بھی علم الاخلاق کے بارے میں کئی مشاہدے پیش کیے ہیں، کم وبیش ہر مفکر کا کہنا ہے کہ اخلاقی قوانین وضع تو کیے جاسکتے ہیں مگر سختی کے ساتھ نافذ نہیں کیے جاسکتے۔ ہر اخلاقی رجحان کا معیار جدا اور اپنی جگہ مناسب ومعقول نظر آتا

ہے۔ جو بات ایک مذہب میں گوارا سمجھی جاتی ہے وہ دوسرے مذہب میں حد درجہ ناگوار ہے۔ کئی ایسے اصول ہیں جس پر نامی گرامی مذاہب میں بھی مناسبت یا موافقت پائی نہیں جاتی ۔ جیسے جیسے انسان کا ذہن پختہ اور شگفتہ ہوتا جاتا ہے وہ اخلاقی قدروں کی طرف از خود مائل ہوتا ہے۔ وہ عصری زندگی میں دیگر افراد کے رویوں اور عملی کوششوں سے بھی متاثر رہتا ہے۔ کچھ خودداری کو پسند کرتے ہیں۔ کچھ خودغرضی اور ذاتی مفاد کواولیت بخشتے ہیں۔ کچھ ماحول سے بے خوف ہوکر اپنی طرز حیات جاری رکھنا چاہتے ہیں۔ بیشتر لوگوں کو رائے عامہ سے ڈر لگا رہتا ہے۔ اخلاقیات ایک ایسا موضوع ہے جو فلسفیوں کے نکات سے آگے نکل کر روزمرہ کے انسانی تعلقات پر بھی حاوی رہتا ہے۔ بہر حال اخلاقیات ایک وسیع اور دقیع موضوع فکر ہے جس پر مختلف زاویوں سے علم اور تجربہ حاصل ہوسکتا ہے۔

ہندوستان کے آئین میں ہر باشندے کو چند حقوق حاصل ہیں جن پر کوئی ڈاکہ نہیں ڈال سکتا۔ دفعہ ۱۹ کے تحت تمام شہریوں کو یہ حقوق دستیاب ہیں۔ الف تقریر اور اظہار رائے کی آزادی۔

ب۔ امن پسندانہ طریقہ سے اور بغیر ہتھیاروں کے کسی جگہ جمع ہونے کا حق

ج۔ انجمنیں یا یونین قائم کرنے کا حق۔

د۔ بھارت کے سارے علاقہ میں آزادانہ نقل وحرکت کرنے کا حق۔

ہ۔ بھارت کے علاقہ کے کسی حصہ میں بود وباش کرنے اور بس جانے کا حق

و۔ جائداد حاصل کرنے، رکھنے اور منتقل کرنے کا حق

ز۔ کسی پیشہ کے اختیار کرنے کا یا کسی کام دھندے، تجارت یا کاروبار چلانے کا حق۔

آئین کی رو سے تمام شہریوں کو انصاف حاصل ہے سماجی، معاشی اور سیاسی اور سب سے بڑھ کر آزادی خیال، آزادی اظہار آزادی عقیدہ دین اور عبادت، حاصل ہے مساوات بہ اعتبار حیثیت اور موقع اور ہر ہندوستانی کا فرض ہے کہ اخوت کو ترقی دے جس سے فرد کی عظمت اور قوم کے اتحاد اور سالمیت کا تیقین ہو۔ شہریوں کو دی گئی یہ آزادیاں کسی بھی ہندوستانی کے لیے باعث فخر و مسرت ہیں۔

اخبارات کی طاقت مسلم ہے اور سماج میں اخبارات کے امتیازی مقام کا کوئی ضر رنہیں پہونچا سکتا۔ انسانی معلومات میں روز افزوں اضافہ کی ضرورت کی بنیاد پر ہی اخبارات کی مضبوط عمارت تعمیر ہوتی ہے۔ آج کا ہر انسان اندھیرے میں رہنے کا عادی نہیں ہے۔ وہ ہر جگہ اجالے کا عادی ہے۔ وہ ذہنی اجالے کا بھی خواہاں ہے اور یہ اجالا اسے اخبارات رسائل اور کتابوں سے مناسب و معقول طریقہ پر سہولت اور ارزانی سے ملتا ہے۔ آج کے دور کا معاشرہ اخبارات کے بغیر نامکمل ہے۔ پریس کی قوت سب پر عیاں ہے۔ اخبارات کا فرض ہے کہ وہ سماج کے بدلتے ہوئے معیار سے مطابقت رکھیں۔ معاشرہ کی پختگی اور شگفتگی کا اندازہ بھی اخبارات میں شائع ہونے والی چیزوں سے لگایا جاتا ہے۔ کسی بھی ماحول میں کیا سرگرمیاں ہیں؟ کیا حالات پروان چڑھ رہے ہیں؟ کن نظریات کی حوصلہ افزائی ہورہی ہے اور کن رجحانات کی پذیرائی ہورہی ہے اس کی عکاسی عموماً اخبارات ہی میں ہوتی ہے۔ اخبارات ہی کسی حکومت کی مقبولیت یا عدم مقبولیت کا صحیح جائزہ فراہم کرتے ہیں۔

مقصدیت کسی بھی صحافت کا اہم اصول ہے۔ اخبارات کی اشاعت کا ایک منشا ہوتا ہے اور یہ بہت ضروری ہے کہ جو بھی نصب العین ہو وہ اخلاقاً درست اور قانوناً

جائز ہو۔ عملی زندگی میں کئی ایسے مخالف عناصر ضرور آتے ہیں جن سے نیک مقاصد کی حوصلہ شکنی ہوتی ہے۔ باد مخالف کا سامنا کرنا ہی ہمت ہے۔ حق گوئی اور بے باکی سے کام لے کر آگے بڑھ جائیں تو بد اندیشانہ قوتیں اپنی موت آپ مر جاتی ہیں۔ مخاصمت کی پرواہ کیے بغیر اپنے طے شدہ مقاصد پر مستحکم رہنے والی صحافت صحت مند، اخلاق پرست اور اصول پسند کہلائے گی۔ عوام کی فلاح و بہبود چاہنا آسان ہے مگر اس کے لیے راہیں کھولنا کٹھن ذمہ داری ہے مقصدی اخبار نویسی عزم، صاف گوئی اور ذہنی دیانت پر زیادہ منحصر ہوتی ہے۔ بے گرد و غبار صحافت کی ہمیشہ قدر و منزلت ہوگی۔

بعض اوقات ایسا ہوتا ہے کہ اخبار کسی مہم تحریک جماعت یا فیصلہ کی حمایت میں اندھا دھند لکھتا چلا جاتا ہے اور اپنی ہی رائے کو سب سے اہم سمجھتا ہے۔ خاص کر متنازعہ معاملات میں اس قسم کی طرفداری خوشگوار نتائج پیدا نہیں کرتی۔ ایسی جانب داری سے صحافیانہ مقصدیت باقی نہیں رہتی۔ اخبار کو عوام کے طرز حیات، طریقہ فکر اور رویوں سے دلچسپی رکھنی چاہیے۔ اپنی ہی بات منوانے کی ضد کسی بھی اخبار کے لیے جلد یا بہ دیر نقصان دہ ثابت ہوتی ہے۔

جس طرح ہر فرد کا ایک تشخص یا پرسنالٹی ہوتی ہے ہر اخبار کی بھی ایک انفرادیت ہوتی ہے۔ اس انفرادیت اور خصوصیت کا معیار ہمیشہ بحال رکھنے کے لیے اخبار کو ہمیشہ اخلاقی قدروں کا لحاظ رکھنا چاہیے۔

اکثر ایسا ہوتا ہے کہ وقت کی تنگی کی وجہ سے اخبارات میں سرکاری اعلانات جوں کے توں شائع کر دیے جاتے ہیں۔ مصروفیت کسی بھی اخبار کے دفتر کا معمول ہے مگر اس مصروفیت کا بہانہ بنا کر سرکاری بیان ہی کو پوری اہمیت دے دی جائے تو صحافت

کی مقصدیت کو سخت نقصان ہوتا ہے۔ یہ حقیقت ہے کہ ہر سرکاری بیان جو اخبارات کو جاری ہوتا ہے وہ یکسر یکطرفہ ہوتا ہے اسے لفظ بہ لفظ شائع کر دینا قارئین کے ساتھ رواداری کے منافی ہے سرکاری مراسلات کے علاوہ مقابلہ حسن، فیشن نمائش، فلم پریمئیر افتتاح مجالس وغیر موقعوں پر بھی جو اعلامیے اخبار کے دفتر میں آتے ہیں۔ وہ تشہیری پروانے ہوتے ہیں۔ ایسے مطلب پرست، پریس نوٹ کافی تعداد میں آئے دن اخبارات کے دفاتر میں انبار بنے رہتے ہیں۔ اخباری دیانت داری کا تقاضہ ہے کہ صرف وہی امور اشاعت کے لیے منتخب ہوں جس میں خبری اہمیت زیادہ ہے یعنی کھیت سے آئے ہوئے گیہوں کو پیسنا یا پسانا ہوتا ہے۔ اخبار کا کام بھوسی کو الگ کرنا ہے۔ پہلے ایسا نہ ہو کہ بھوسی اخبار میں آجائے اور گیہوں دھرے کے دھرے رہ جائیں۔ ایسے حقائق کو فوقیت دی جائے جس میں خبر کا پہلو زیادہ قوی اور قابل قبول ہے۔

بہت ضروری ہے کہ صحافی اپنی ذمہ داریاں سنبھالتے وقت سیاسی اثر و رسوخ میں نہ آئے۔ ایم ایل اے، ایم ایل سی اور ایم پی اور یہاں تک کہ وزراء تک صحافیوں پر اثر انداز ہونے کی کوشش کرتے ہیں بلکہ طرح طرح کے لالچ دینے سے بھی باز نہیں آتے۔ صحافتی اخلاق کا تقاضہ ہے کہ صحافی ایسے دباؤ میں نہ آئے اور اپنی اصول پسندی کو قربان نہ کرے۔ اگر صحافیوں کو محسوس ہو کہ کوئی سیاسی رسوخ کسی مالک کی پالیسیوں پر بری طرح حاوی ہو رہا ہے تو وہ اس کی شکایت اپنے ہم پیشہ انجمنوں سے کر کے ایسی غلط چیزوں کا تدارک کر سکتے ہیں۔

ہر اخبار مدیر کا ایک محترم اور امتیازی مقام ہوتا ہے۔ لازمی ہے کہ مدیر اخلاقی ذمہ داریوں کا پابند رہے۔ اپنے ماتحتوں کے ساتھ بھی کوئی بے انصافی نہ ہونے

دے۔

صحافی اپنے پیشہ میں کامیاب رہنے کے لیے خبریں کسی نہ کسی ذریعہ سے جمع کرتا ہے۔ اسے مجبور نہ کیا جائے کہ وہ خبروں کا وسیلہ ظاہر کرے۔ ممکن ہے صحافی نے اطلاع دینے والے سے وعدہ کرلیا ہو کہ وہ خبر کی وساطت کا راز ہمیشہ راز ہی رہنے دے گا، اہم معلومات اکثر و بیشتر ایسے وعدوں کے بعد ہی دی جاتی ہے۔ صحافی کو حق ہے کہ وہ اپنے اعتماد کی حفاظت کرے۔ ہر صحافی کا اخلاقی فرض ہے۔ صحافی کو حق ہے کہ وہ اپنے اعتماد کی حفاظت کرے۔ ہر صحافی کا اخلاقی فرض ہے کہ وہ کسی بھی ایسے وعدہ کی خلاف ورزی نہ کرے۔ لاکھ مصیبت آئے۔ قید خانہ کی سعوبت برداشت کرنے کی نوبت آجائے مگر وہ اپنی رازداری کے حلف کو برقرار رکھے۔

جہاں تک تحقیقی اور تفتیشی صحافت کا تعلق ہے کئی ایسی باتیں ہمیشہ صیغہ راز ہی میں رکھنی پڑتی ہیں۔ کوئی بھی صحافی اسی وقت سر بستہ رازوں کی تلاش میں سرگرداں رہ سکتا ہے جب اسے مکمل آزادی نصیب ہو اگر مالکان اخبارات یا کسی دیگر ذرائع سے صحافی کے راستہ میں رکاوٹیں پیدا کرنے کی کوشش ہونے لگے تو ظاہر ہے کہ صحافی کے منصوبے ناکام رہ جائیں گے۔ صحافی تو اپنی روزی کا خیال کرکے خاموش ہو جائے گا مگر عوام کو صحیح حالات سے باخبر کرنے کے تمام موقعوں کا سد باب ہو جائے گا جو ایک بدنصیبی ہوگی۔ ایک آزاد اور بے باک پریس کسی بھی سماج کے لیے ایک بڑی قوت ہوتا ہے اور اس قوت کو کچلنے کی ہر کوشش آزادی کی روح کو مجروح کرنا ہے۔ طاقت، اقتدار اور قوت کا اخلاق، اصول اور خودی سے مقابلہ بہت قدیم ہے۔ اس مقابلہ میں سخت جاں ہی کامیاب ہوتے ہیں۔ اگر ذرا ادب گئے تو اور دبا کر دفن کنے کا اہتمام کردیا جاتا ہے۔ اگر ہمت سے ایسی غلط باتوں کا مردانہ وار

مقابلہ کیا جائے تو ظلم زبردستی کرنے والے بھی خوف زدہ ہو کر بھاگ کھڑے ہوتے ہیں۔

غور سے دیکھا جائے تو اخبارات کی آزادی کا سیدھا سادہ مطلب ہے کہ اخبار کے مدیر کو پوری پوری آزادی حاصل رہے۔ کسی بھی اثر یا رسوخ یا دھمکی سے مدیر کو پریشان نہ کیا جائے۔ ضرورت ہے کہ ادارت کے کام میں کسی کی مداخلت نہ ہو۔ مدیر جیسے چاہے قانون کی حدود پار کیے بغیر خبریں اور رائیں شائع کرے۔ خبریں جمع کرنے کے لیے اسے اپنے نامہ نگاروں کو ہدایات دینے کی پوری آزادی حاصل رہے۔ اخبار میں خبریں منتخب کرنے یا مسترد کرنے میں اس کی رائے کا احترام ہو، کسی اندرونی یا خارجی دخل اندازی کا اسے پاس نہ رہے۔ اگر ادارتی معاملات میں بار بار مداخلت ہوتی رہے تو اس کا صاف مطلب ہے کہ مدیر کو اپنے فرائض کی انجام دہی میں خودمختاری حاصل نہیں ہے ہر مدیر کی یہ خواہش ہوتی ہے کہ اس کے کام میں کسی بھی نوعیت کی رکاوٹ نہ ہو۔ روایات کا تقاضہ بھی ہے کہ مدیر کو ہر ادارتی معاملہ میں حسب خواہش فیصلہ کرنے کی پوری پوری آزادی نصیب رہے۔ خارجی آذادی سے زیادہ مدیر کے لیے اندرونی آزادی کی بہت زیادہ اہمیت ہے۔

پریس کی آزادی کا یہ مطلب نہیں ہے کہ اخبارات مکمل طور پر آزاد ہیں۔ کئی قوانین ایسے ہیں جن کی پابندی ہر اخبار بلکہ ہر ہندوستانی شہری پر لازمی ہیں، مثلا ہتک عزت کاپی رائٹ ہتک عدالت وغیرہ قوانین آفیشیل سیکرٹس ایکٹ کے تحت کئی رازدارانہ معاملات ایسے ہیں جو اخبارات کے صفحات پر شائع نہیں ہو سکتے۔ کئی معلومات ایسی ہوتی ہیں جن کی اعلانیہ اشاعت سے ملک کی حفاظت اور سالمیت خطرہ میں پڑ جاتی ہے۔

مشتہرین کی جانب سے اخبار پر دباؤ کا سوال بھی ایک کافی اہم سوال ہے۔ کئی مشتہرین ایسے ہیں جو بعض اوقات کسی خبر کی اشاعت کو روکنا چاہتے ہیں۔ کچھ خبروں کو وہ صفحہ اول پر نمایاں حیثیت میں چھپوانے کے خواہش مند ہوتے ہیں۔ خبروں اور تصویروں کے انتخاب میں وہ اپنا اثر ڈالنا چاہتے ہیں۔ ہر مدیر کی آرزو ہوتی ہے کہ مشتہرین کی مداخلت سے آزاد رہے۔ مگر کئی ایسے نازک موڑ آجاتے ہیں جب مدیران اور مالکان اخبارات بڑے مشتہرین کی درخواستوں کو قبول کرنے پر اپنے آپ کو مجبور پاتے ہیں۔ یہ ایک بڑا غور طلب اور حل طلب مسئلہ ہے مگر تقریبا ہر ضابطہ اخلاق یہ اصرار کرتا ہے کہ اخبار کسی بھی مشتہر کے داؤ پیچ میں نہ آئے۔

ہر پیشہ میں کچھ نہ کچھ مرحلے ہوتے ہیں۔ صحافیوں کو بھی مسائل سے فرار نصیب نہیں ہے۔ کئی معاملات ایسے پیچیدہ ہوتے ہیں جہاں اخلاقی اصول کا سوال ضرور اٹھ کھڑا ہوتا ہے۔ ہر صحافی یہ چاہتا ہے کہ ضابطہ اخلاق کی پیروی ہو۔ ہر ملک میں ضابطہ اخلاق کی اہمیت تسلیم کی جاتی ہے۔ ہر اخبار نویس اس کی ضرورت اور افادیت کا معترف ہے۔

دیگر ممالک میں صحافتی اصول اخلاق

امریکن سوسائٹی آف نیوز پیپر ایڈیٹرز نے جو ضابطہ اخلاق تیار کیا ہے وہ دنیا بھر میں بڑی وقعت کی نظر سے دیکھا جاتا ہے۔ کسی بھی ملک کے اخباری ضابطہ اخلاق کا مطالعہ کیا جائے تو پتہ چلتا ہے کہ بنیادی اصول امریکی ضابطہ اخلاق ہی سے مستعار لیے گئے ہیں۔

امریکی ضابطہ اخلاق

اخبار کا اولین فرض یہ ہے کہ وہ انسانی نسل کو یہ علم دے کر دیگر انسان کیا کر رہے ہیں۔ لہذا صحافت اپنے کارگذاروں سے یہ مطالبہ کرتی ہے کہ وہ وسیع پیانہ پر اپنی ذہانت اور مہارت کا استعمال کریں اور ساتھ ہی وہ اپنی قوت مشاہدہ اور استدلال سے کام لیں۔ ایک تاریخ نویس کی حیثیت سے صحافی کو جو مواقع ملتے ہیں وہ ایک معلم اور مبلغ کے فرائض سے کسی طرح کم نہیں ہوتے۔

کچھ اخلاقی ضابطوں کی تدوین کی غرض و غایت سے صحافیوں کے لیے مندرجہ ذیل معیار طے کیے جاتے ہیں:

۱۔ عوام کی فرض منصبی ۔۔۔۔۔۔۔۔۔۔۔۔فلاح و بہبود کی غرض و غایت سے اخبارات خبریں اور رائیں جمع اور شائع کرتے ہیں تا کہ حالات حاضرہ پر فیصلے کرنے میں آسانی رہے۔ اخبار پوری جواب دہی کے ساتھ جو عوامی التفات فتح کرتا ہے وہ اخبار کے مدعا کو زندگی بخشتا ہے جو صحافی اپنا اثر و رسوخ اپنی خود غرضی کے لیے یا کسی غلط مقصد کے لیے استعمال کرتا ہے صحافت کے پیشہ کو ذلیل کرتا ہے۔

۲۔ آزادی اخبارات ۔۔۔۔۔۔۔۔۔پریس کی آزادی انسانیت کا ایک بہت بڑا حق ہے اور اس کی ہر طرح سے حفاظت کی جائے۔

۳۔ مکمل آزادی ۔۔۔۔۔۔۔۔۔اخبارات کو ہر معاملہ میں مکمل آزادی حاصل رہے تا کہ وہ پوری دیانت داری سے عوام کی خدمت میں مصروف رہیں۔

الف۔ عام فلاح و بہبود کی راہ سے ہٹ کر جو بھی کوشش کسی ذاتی مفاد کے حصول کی خاطر کی جاتی ہے۔ وہ صحت مند صحافت کے بنیادی اصولوں کے خلاف ہے۔ راز دارانہ طور پر نجی اثر و رسوخ سے حاصل کی ہوئی خبروں کی اشاعت اس وقت تک نہ کی جائے جب تک کہ اعلانیہ طور پر خبریں حاصل کرن کے وسیلہ کو ظاہر نہ کیا

جائے۔

ب۔ ادارتی تنقید میں تعصب سے کام لینا اور حق گوئی سے جان بوجھ کر انحراف کرنا صحافت کی روح کو تشدد کے ساتھ کچلنے کے مترادت ہے۔ خبروں میں جانب داری سے کام لینا یا سچ کو مخفی رکھنے کی کوشش کرنا صحافت کے بنیادی اصولوں کی مریحا خلاف ورزی ہے۔

۴۔ اخلاق، راست گوئی درستی۔۔۔۔۔۔ قارئین کی خوشنودی اور مکمل اعتماد حاصل کرنا اصولی صحافت کے لیے بنیادی طور پر اہم اور ضروری ہے

الف۔ کسی بھی معیاری کسوٹی یہ ہے کہ اخبار راست گوئی سے کام لے۔ کسی بھی معمولی بہانہ کی وجہ سے اخبار میں طبع ہونے والے غلط بیان کو معاف نہیں کیا جا سکتا۔ ہر اخبار کے لیے سچ کی اشاعت ایک نصب العین ہونی چاہیے۔

ب۔ یہ بہت ضروری ہے کہ سرخی اسی بات کی طرف اشارہ کرے جس کا خبر کے متن سے تعلق ہو۔

۵۔ غیر جانب داری۔۔۔۔۔۔ معقول مشق سے خبر اور رائے میں امتیاز کرنے کی مہارت سے حاصل ہو جاتی ہے بہت ضروری ہے کہ ہر اخباری روئداد کسی بھی نوعیت کی رائے یا تعصب سے بالکل پاک ہو۔

الف۔ اس اصول کا اطلاق ایسے خصوصی مضامین پر نہیں ہوتا جن میں انفرادی طور پر اپنے نام کے ساتھ صحافی کسی متازعہ معاملہ پر اپنی ذاتی رائے پیش کرتے ہیں۔ اپنی ذمہ داری پر اپنی رائے کی روشنی میں کسی بھی معاملہ پر ترجمانی کرنے یا اپنے ہی نتائج اخذ کرنے کا متعلقہ مضمون نگار کو پورا حق حاصل رہے۔

۶۔ انصاف۔۔۔۔ کوئی بھی اخبار کسی بھی شخص کے بارے میں ہتک آمیز

الفاظ استعمال نہ کرے اور کسی کے ذاتی اخلاق پر حملہ نہ کرے۔ الزام تراشی سے بچا جائے اور اگر کسی پر اعتراضات کیے گئے ہیں تو متعلقہ شخص کو اپنی صفائی پیش کرنے کا پورا پورا موقعہ دیا جائے۔

الف۔ اخبار افراد کے نجی حقوق میں مداخلت نہ کرے۔ احساسات کو ٹھیس نہ پہونچائے۔ گھریلو معاملات میں دخل اندازی اسی وقت گوارا ہوگی جب ایسے معاملات کا عوامی امور سے قریبی اور گہرا تعلق ثابت ہو جائے۔

ب۔ اگر غفلت سے یا کسی اور وجہ سے خبر کی اشاعت میں کوئی غلطی سرزد ہوگئی ہو تو اخبار کو حق اور رعایت حاصل ہے کہ وہ غلطی کی نشان دہی کرتے ہوئے معذرت طلب کرے۔ غلطی کی وجہ چاہے جو بھی ہو ازالہ بہت ضروری ہے۔

ے۔ شائستگی۔۔۔۔۔۔۔۔۔جرائم اور سماجی برائیوں کی خبروں کو زیادہ نمایاں کرکے مخرب اخلاق مصروفیات کی حوصلہ افزائی کرتے ہوئے اخبار عوامی فلاح کی سرپرستی کا دعویٰ نہیں کرسکتا۔ اخبار کا عین مقصد معاشرہ کی خیر خواہی ہو اس سے کوئی ایسی حرکت سرزد نہ ہو۔ جس سے اس مقصد کو نفی ہوتی ہے۔

....

وفاقی جمہوریہ جرمنی کے آئین میں دفعہ ۵ کے تحت ہر شہری کو رائے کے اظہار کی آزادی عطا کی گئی ہے۔ 1957 میں وہاں ایک رضا کارانہ ادارہ قائم ہوا تھا جس میں عیسائی اور یہودی پیشواؤں کو بھی نمائندگی دی گئی تھی۔ ضابطہ اخلاق کی پابندی کے لیے ایک خصوصی کمیٹی بنائی گئی اور ایک ضابطہ جاری کیا گیا جس میں ایسے تمام مواد اور تصاویر کی اشاعت کی ممانعت کی گئی جس سے نوجوانوں پر برے اثرات پڑتے ہوں اور جس سے ماحول میں گندگی اور سراسیمگی پھیلتی ہو۔

انڈونیشیا میں انڈونیشین جرنلٹس اسوسی ایشن کی جانب سے ایک ضابطہ اخلاق بنایا گیا ہے اور اس کی خلاف ورزی کی شکایت سننے کے لیے ایک خصوصی مجلس ''کونسل آف آنر Council of Honour کے نام سے بنائی گئی ہے ضابطہ میں ہر اس کوشش کی مذمت کی گئی ہے جو جمہوری اصولوں سے ٹکراتی ہے۔اصرار ہے کہ خبر مقصدی معتبر مستند، مدلل درست غیر متعصب اور پاکیزہ ہو۔

اسرائیل میں تل عضیف کی اسوسی ایشن آف جرنلٹس کی جانب سے ایک ضابطہ اخلاق جاری کیا گیا ہے جس میں تمام صحافیوں کے لیے نو ہدایات دی گئی ہیں۔مضمون نگار اپنی تحریروں کے لیے ایسی رقوم نہ کریں جس سے تحریر میں جانب داری کی بو آئے۔

آسٹریا میں ایسا ضابطہ بنایا گیا ہے۔جس سے حکومت کی اخبارات میں کم سے کم مداخلت ہو۔آسٹرین پریس کونسل کو پریس کی آزادی کا محافظ قرار دیا گیا ہے۔کونسل اگر کسی اخبار کے خلاف فیصلہ دے تو اخبار میں ایسا فیصلہ لفظ بہ لفظ شائع کرنا ہوگا ورنہ دس ہزار شانگ کا جرمانہ عائد ہوگا۔

ترکی میں صحافیوں کے لیے ایک ضابطہ اخلاق بنایا گیا ہے۔اور اس کے نفاذ کے لیے، کونسل اف آنز مقرر ہے جس میں دس اراکین ہیں۔ضابطہ اخلاق کی خلاف ورزی کرنیوالے اخبارات کے خلاف شکایات سنی جاتی ہیں اور الزام ثابت ہونے پر اسے صحافی برادری سے خارج کیا جاسکتا ہے۔

برطانیہ میں پریس کونسل 1953ء سے کام کر رہی ہے جس میں 25 اراکین تمام کے تمام صحافی ہیں۔کونسل کو جرمانے عائد کرنے کا حق حاصل نہیں ہے مگر کسی بھی صحافی کے خلاف تادیبی کاروائی کی جاسکتی ہے۔ضابطہ اخلاق پر کار بند نہ رہنے

والے صحافیوں کو تنبیہ دی جاتی ہ۔

سویڈن میں بھی صحافیوں کے لیے ایک ضابطہ اخلاق اور کورٹ آف آنر بنا ہوا ہے۔ اخبارات کے خلاف شکایات کی تفتیش ہوتی ہے ۔ملزم اخبار کو پورا موقعہ دیا جاتا ہے کہ وہ اپنے مدافعتی بیان دے ۔کورٹ آف آنر جرمانے عائد نہیں کرتا مگر ضابطہ اخلاق کی پابندی نہ کرنے والے اخبار کی تشہیر کا پورا حق رکھتا ہے

امریکی میں کوئی کورٹ آف آنر ،نہیں ہے جو ضابطہ اخلاق کا محافظ یا محاسب ہے ۔ضابطہ اخلاق کی پابندی نہ کرنے والے صحافی کو امریکن سوسائٹی آف نیوز پیپر ایڈیٹرس سے خارج کرنے کا حق حاصل ہے۔

نیدرلینڈ میں کورٹ آف آنر ہے مگر ضابطہ اخلاق تیار نہیں ہوا ہے۔

اخلاقی اصولوں کی پابندی نہ کرنے والوں کو چھ ماہ کے لیے صحافی برادری سے خارج کیا جاتا ہے ۔شکایت نامہ آنے پر ہی کاروائی کی جاتی ہے۔اسی طرح دیگر مختلف ممالک کے ضابطوں میں بھی تقریباوہی بنیادی اصول پائے جاتے ہیں جو امریکی ضابطہ میں برسوں سے واضح ہیں۔

ہندوستان میں صحافتی ضابطہ اخلاق

آل انڈیا نیوز پیپر ایڈیٹرس کانفرنس (Ainec) نے مندرجہ ذیل صابطہ اخلاق منظور کیا ہے :۔

۱۔ اخبارات رائے عامہ کی تخلیق اور ترجمانی کے بنیادی ذرائع ہیں لہذا صحافی اپنے پیشہ کو ایک مقدس امانت سمجھیں اور ہمیشہ انسانی فلاح و بہبود کی خاطر انسانیت کی بقااورامن کی ہر ممکنہ سعی میں مصروف رہیں۔

۲۔ اپنی ذمہ داریوں کو نبھاتے وقت تمام صحافی بنیادی انسانی حقوق اور سماجی

جواب دہی انجام دیے جائیں۔خبروں کی روئداد اور رائیں تحریر کرتے وقت جملہ پیشہ ورانہ فرائض اور اخلاقی پابندیوں کا پاس رکھا جائے۔

۳۔ صحافی ایسے معاملات میں غیر معمولی احتیاط برتیں جن میں رپورٹیں اور تبصروں کی وجہ سے بدامنی پھیل جانے کا خدشہ ہو۔کوئی بھی تحریر ایسی نہ ہو جس سے ماحول میں منافرت اور کشیدگی بڑھے۔

الف۔خصوصی طور سے صحافی ایسی خبروں سے نبٹتے وقت بہت زیادہ محتاط ہیں جو فرقہ ورانہ فسادات سے متعلق ہوتی ہیں۔کسی بھی ایسے دنگے،فساد،یا چپقلش ،جس سے فرقہ ورانہ جذبات بھڑکتے ہیں سے متعلق خبریں کافی احتیاط کے ساتھ اشاعت کے لیے تیار کی جائیں۔فسادات میں ملوث قوموں ،فرقوں اور جماعتوں کی شناخت سے احتراز کیا جائے۔

ب۔صحافت ہمیشہ اس کوشش میں لگے رہیں کہ ملک کے اتحاد اور سالمیت کہ کوئی دھکا نہ پہنچے۔عوام میں وطن سے محبت کے احساسات پرورش پاتے رہیں،ثقافتی اور تہذیبی تفاوت کے باوجو ہندوستانیوں میں اتحاد اور اتفاق کے جذبات مستحکم ہوتے رہیں۔صحافی ایسے خیالات ،نظریات اور مصروفیات کی حوصلہ افزائی ہرگز نہ کریں جن سے قومی یگانگت کی قیمت پر تنگ نظر علاقائی دلچسپیاں بڑھنے کا احتمال ہو۔

ج۔ ملک کو تقسیم کرنے یا ملک میں علاحدگی پسند خیالات کی تبلیغ وتشہیر کرنے والے مواد کا مکمل مقاطعہ کیا جائے اور ایسی مصروفیات کو ملک کے اتحاد کے لیے ایک زبردست خطرہ سمجھا جائے۔ک کوئی بھی تبصرہ ایسا شائع نہ کیا جائے جس سے ایسے نفاق پسند رویوں کو تقویت ملتی ہو۔ملک کی سالمیت کو کامل ترین اہمیت بخشی جائے۔

۴۔ اخبارنویس ہر طرح سے اس بات کا اطمینان کرلیں کہ جو بھی بات وہ

اخبار میں اشاعت کے لیے دے رہے ہیں بالکل درست معتبر اور مستند ہے، کسی بھی بات کو توڑ مروڑ کر پیش نہ کیا جائے اور کوئی ایسا پہلو مخفی نہ رکھا جائے جس سے خبر کی صداقت کو دھکا لگتا ہے۔ جان بوجھ کر کوئی جھوٹی خبر ہرگز شائع نہ کی جائے۔

۵۔ جو بھی خبر اور رائے اخبار میں شائع ہوتی ہے اس کی ذمہ داری اخبار قبول کرلے۔ اگر وہ کسی خبر یا رائے کی ذمہ داری قبول کرنے سے قاصر ہے تو باضابطہ طور پر وہ واضح کردے کہ اخبار فلاں اظہار کردہ رائے کے لیے جواب دہ نہیں ہے۔

۶۔ کسی کے اعتماد کی ہمیشہ لاج رکھی جائے۔ جو بات صیغہ راز میں کہی گئی ہے وہ ہمیشہ راز ہی میں رکھی جانی ضروری ہے۔

۷۔ اگر کوئی اطلاع اشاعت کے بعد غلط یا نامکمل ثابت ہوتی ہے تو فوری طور پر ایسی اطلاع کی تردید رضا کارانہ طور پر بلاجھجک شائع کردی جائے۔ اگر کسی غلط خبر کی اشاعت ہوگئی ہے تو اس غلطی کے اعتراف اور عذرخواہی کو بہت زیادہ تشہیر دی جائے تاکہ قارئین کو تردید کا پتہ چلے۔

۸۔ صحافیوں کا یہ فرض ہے کہ اپنی صحافیانہ حیثیت کا غیر صحافیانہ مقاصد کے لیے استعمال ہرگز نہ کریں۔

۹۔ اپنے پیشہ وارانہ فرائض اور ذمہ داریوں میں ذاتی معاملات کی مداخلت نہ ہونے دیں۔

۱۰۔ کسی بھی نوعیت کی رشوت طلب کرنا یا قبول کرنا پیشہ صحافت کے لیے باعث ننگ ہے۔ کسی بھی حقیقت کو زیادہ عیاں کرنے یا بالکل شائع نہ کرنے کے لیے صحافی نہ کسی کے اثر و رسوخ میں آئے اور نہ مالی لالچ میں آکر ایسی غیر شریفانہ حرکت کا مرتکب ہو۔

۱۱۔ خبریں جمع کرنے میں ہر طرح کی آزادی ایک حق ہے اور اس کا تحفظ ہر صحافی کا مقدس فرض ہے۔ خبریں شائع کرنے، تبصرہ کرنے، تنقید کرنے کی آزادی کی حفاظت کے لیے ہر صحافی ہمیشہ کوشاں رہے۔

۱۲۔ اخبار نویسوں کو اپنی برادری کے دیگر اراکین کے احساسات کا بھی خصوصی لحاظ رکھنا چاہیے۔ ہر اخبار نویس روزی کمانے کے لیے مصروف رہتا ہے۔ کوئی حرکت ایسی ہر گز نہ ہونے پائے جس سے ساتھی اخبار نویس کے کام میں رکاوٹ پڑے یا اسے خبریں جمع کرنے کا یکساں موقعہ ملے۔

۱۳۔ ایسے ذاتی تنازعات کو اخبارات کے صفحات پر اچھالا جائے جس سے عوام کو کوئی سروکار نہیں ہے۔ ایسی غلط حرکتیں کرنے سے پیشہ صحافت کی نیک نامی داغ دار ہو جاتی ہے۔

۱۴۔ افواہوں اور غیر ذمہ دارانہ طور پر کہی گئی باتوں کی اہمیت دیکر اڑتی ہوئی خبروں کو نمایاں کر کے شائع کرنا کسی بھی فرد کی عزت پر حملہ کرنا ایک غیر پیشہ ورانہ اور غلط برتاؤ ہے۔ جس سے بچا جائے، جن خبروں سے سماج کے افراد کی نجی زندگی پر برے اثرات پڑتے ہیں وہ تصدیق کے باوجود بھی شائع نہ ہوں تو بہتر ہے۔ البتہ ایسی خبروں کا شائع ہونا عوامی مفاد کے لیے بہت ضروری ہو تو ایسی تفصیلات کی اشاعت پر کوئی اعتراض نہیں۔

۱۵۔ اخبارات ہر ایسی خبر کی اشاعت سے پرہیز کریں جس سے معاشرہ میں جرائم اور برائیوں کے پھیلنے کا اندیشہ ہو۔

اس ضابطہ اخلاق کی موجودگی میں ہندوستانی اخبارات کے لیے ایک اور ضابطہ اخلاق بنانے کی ضرورت نظر نہیں آتی۔ اس کے باوجود آل انڈیا نیوز پیپر ایڈیٹرس

کانفرس کے ارباب اقتدار نے فیصلہ کیا ہے کہ وہ ایک اہم سیمینار منعقد کر کے مختلف مکتبہ ہائے فکر سے صلاح ومشورہ، طلب کر کے ایک مزید مبسوط ضابطہ ترتیب دیں گے اور ایسے اضافہ شدہ یا ترمیم شدہ ضابطہ کی اعلا پیانہ پر ملک گیر تشہیر کی جائے گی تا کہ ہندوستانی اخبارات کو اپنے حقوق اور مراعات کا صحیح اندازہ رہے۔

حیرت واستعجاب کا مقام ہے کہ پریس کونسل آف انڈیا نے اب تک کوئی ضابطہ، اخلاق ہندوستانی صحافیوں کے لیے مرتب نہیں کیا ہے۔ پریس کونسل کے سربراہ سپریم کورٹ کے جج ہوتے ہیں۔اس مجلس کے اراکین میں مدیر، نامہ نگار نامی گرامی صحافی اور مالکان اخبار شامل ہوتے ہیں۔اگر پریس کونسل کی جانب سے ایک واضح، ضابطہ اخلاق ترتیب پا کر جاری ہو جائے تو اس کے نفاذ میں زیادہ آسانی رہے گی۔

مسلمہ اخلاقی قواعد وضوابط

مولانا محمد علی جوہر میں جہاں دیگر متعدد اوصاف تھے وہاں وہ ایک اچھے خطیب اور صحافی بھی مانے جاتے تھے۔انہوں نے اپنی لیاقت اور صلاحیت سے بین الاسلامی اور بین الاقوامی شہرت حاصل کی تھی۔وہ ایک شعلہ بیان مقرر اور خوددار لیڈر تھے۔انہوں نے مشہور انگریزی روزنامہ ٹائمز آف انڈیا میں ملک کے سیاسی حالات پر بڑے اچھے مضامین لکھ کر صحافت کے میدان میں قدم رکھا تھا۔ان کا انگریزی اخبار ''کامریڈ'' کافی مقبول ہوا۔اسی مشہور اخبار کے ۲ جون، 1913ء کے شمارے میں انہوں نے ایک ضابطہ اخلاق مرتب کیا تھا جو کافی پسند کیا گیا تھا۔اس میں مندرجہ ذیل نکات درج کیے گئے تھے۔

۱۔ اخبار کو ذاتیات سے مبرا ہونا چاہیے۔نہ کسی دشمن کے خلاف زیادہ لکھنا چاہیے نہ کسی کی تعریف میں زمین وآسمان کے قلابے ملانے چاہئیں۔مخالفت ہمیشہ

اصول کے دائرے میں محدود رہے۔

۲۔ جو کچھ لکھا جائے عبارت آرائی کے خیال سے نہیں، نہ لوگوں کی چٹکیاں لینے کی غرض سے، بلکہ متانت اور مناسب سنجیدگی سے لکھا جائے۔

۳۔ اخبار کا مقصد یہ ہو کہ اپنی قوم کو فائدہ پہنچایا جائے۔ یہ مقصد ہرگز نہ ہو کہ کسی دوسری قوم کو نقصان پہنچایا جائے۔ مذہبی مباحث سے بھی اخبار کو مبرا اور معرا رہنا چاہیے۔

۴۔ اخبار خبروں کا مجموعہ ہوتا ہے۔ اخبار میں ہمیشہ صحیح و مصدقہ خبریں چھاپنی چاہیں۔

۵۔ ایڈیٹوریل محض بھرتی کے لیے نہیں۔ کسی اہم اور تازے واقعے پر لکھا جائے، اور اسکے لیے پوری محنت، تحقیق اور مطالعہ سے کام لیا جائے۔

صحافی سے یہ توقع کی جاتی ہے کہ وہ واقعات کو پوری صحت سے درج کرے، اسے خیال رکھنا چاہیے کہ واقعاتی صحت کا معیار اتنا بلند ہو کہ مورخ اس کی تحریروں کی بنیاد پر تاریخ کا ڈھانچہ کھڑا کر سکے۔ صحافی رائے عامہ کا ترجمان ہی نہیں، راہ نما بھی ہوتا ہے۔ اسے صرف عوام کی تائید ہی نہیں کرنی چاہیے بلکہ صحافی ہنر سے عوام کو درس بھی دینا چاہیے۔

پاکستان نیوز پیپر ایڈیٹر کانفرنس اور آل انڈیا نیوز پیپر ایڈیٹرس کانفرس کے منتخبہ اراکین پر مشتمل ایک کمیٹی انڈو۔ پاکستان انفرمیشن کنسلٹیو کمیٹی Indo Pakistan information Consultative Committee کے نام سے بنی تھی جس میں دونوں اداروں کے ضابطہ اخلاق کا مطالعہ کیا گیا اور ایک قرارداد باہمی رضامندی کے بعد منظور کی گئی۔ اس میں یہ طے پایا تھا کہ

دونوں ممالک کے اخبارات اس بات کی کوشش کریں کہ ایسی کوئی خبر یا رائے یا تبصرہ شائع نہ ہو جس سے دونوں پڑوسی ممالک کے تعلقات میں بدمزگی پیدا ہو۔ اس میں خواہش ظاہر کی گئی تھی کہ دونوں ممالک کے اکثریتی اور اقلیتی فرقوں کے اراکین کے احساسات وجذبات کا احترام کیا جائے گا۔ شر پسند افواہوں کی اشاعت سے احتراز ہوگا۔ سرحدی معاملات پر تبصروں کو روکا جائے گا۔ بغیر سرکاری طور پر تصدیق حاصل کیے کوئی ایسی اہم خبر شائع نہ ہوگی جس سے دونوں ممالک کے خوشگوار تعلقات میں تلخی پیدا ہو جائے۔ سنسنی خیز سرخیوں کی حوصلہ افزائی نہیں کی جائے گی۔ دونوں ممالک کو غلط اطلاعات کی اشاعت پر تردیدی بیانات کی پوری سہولت اور آزادی رہے گی۔ ایک دوسرے پر اہانت آمیز حملوں کو گوارا نہیں کیا جائے گا۔ ایسے تاریخی تنازعات کو بھی موضوع تحریر نہیں بنایا جائے گا جس سے دونوں ممالک میں کسی تلخی کی صورت پیدا ہو۔

بدقسمتی سے ہندوستان میں فرقہ وارانہ فسادات عام ہیں اور باوجود لاکھ کوشش کے اس ناخوشگوار صورت حال سے نجات نہیں مل رہی ہے۔ اخبارات نے رضاکارانہ طور پر یہ فیصلہ کر رکھا ہے کہ وہ فرقہ وارانہ فسادات کے سلسلہ میں دی جانے والی خبروں کی اشاعت میں غیر معمولی احتیاط برتیں گے۔ جہاں تک ہو سکے فرقہ وارانہ شعلوں کو بھڑکنے نہ دیں گے بلکہ انہیں بجھانے اور ٹھنڈا کرنے کی پوری کوشش کریں گے۔ جب کبھی کسی مسجد، مندر، گردوارہ یا گرجا گھر پر حملہ ہوتا ہے یا آتش زنی ہوتی ہے تو اخبارات یہ نہیں لکھتے کہ مسجد جلائی گئی یا مندر کو آگ لگا دی گئی کیونکہ ایسا لکھنے سے اشتعال پھیلنے کا خدشہ زیادہ رہتا ہے۔ جھگڑے کی تفصیلات دیتے ہوئے بھی یہ کوشش رہتی ہے کہ پڑھنے والے کو جلد سمجھ میں نہ آئے کہ جھگڑا

کون سے فرقوں کے درمیان ہوا۔ کچھ اس طرح خبر تحریر کی جاتی ہے کہ دو جماعتوں میں جھگڑا ہوا۔ یہ نہیں لکھا جاتا کہ مسلمانوں نے ہندوؤں پر حملہ کیا یا برہمنوں نے ہریجنوں پر دھاوا بولا۔ فرقہ وارانہ فسادات کی یہ بدنصیبی ہے کہ وہ جلد از جلد ایک جگہ سے دوسری جگہ پھیل جاتے ہیں۔ اس لیے یہی کوشش ہوتی ہے کہ امن کی خاطر جھگڑوں میں ملوث فرقوں یا جماعتوں کی واضح شناخت نہ کی جائے۔ مشاہدہ ہے کہ وہ جب سے ہندوستان کے اخبارات نے یہ دوراندیشانہ رویہ اختیار کیا ہے نتائج مفید ثابت ہوئے ہیں۔ اگر یہ خبر دی جائے کہ ایک ہندو نے سکھ کے چھرا گھونپا ہے تو ظاہر ہے کہ ہر سکھ ہر ہندو سے خار کھانے لگے گا۔ نسلی مسائل پر ہونے والے فسادات کی روئداد میں بھی احتیاط برتی جاتی ہے۔

اخباری ضابطہ اخلاق کے بیشتر مسودوں میں کہیں اختصار ہے اور کہیں اصول زیادہ وضاحت کے ساتھ بیان کیے گئے ہیں مگر تمام ضابطوں میں ایک ہی طرح کی لہر ہے کہ سچ کی اشاعت ہو اور اخبارات کی آزادی کا تحفظ ہر قیمت پر کیا جائے۔ دیگر تسلیم شدہ عام ضوابط مندرجہ ذیل ہیں:۔

دیگر مطبوعات سے کوئی چیز نقل نہ کی جائے۔ اگر نقل کی جارہی ہے تو خبر یا مقالہ یا غزل کے نیچے یہ درج کرنا اخلاقی فرض ہے کہ فلاں مواد فلاں اخبار یا فلاں رسالہ سے ماخوذ ہے۔ یا عموماً بہ شکریہ۔۔۔۔ کے الفاظ دیے جائیں۔ بعض اخبارات اور رسائل یہ اصرار کرتے ہیں کہ کسی بھی چیز کے نقل کرنے سے پہلے تحریری اجازت لینی ضروری ہے۔ بہتر ہے کہ رسمی طور پر اجازت لے لی جائے اور احتیاطاً درج بھی کر دیا جائے کہ: "بہ اجازت۔۔۔۔۔ کسی بھی مواد کو نقل کرکے اسے اپنا مواد ظاہر کرنے کی کوشش اچھی نظروں سے نہیں دیکھی جاتی۔ اگر کسی اخبار یا رسالہ میں شائع ہونے

والے مواد مستقل شائع کرنے کا ارادہ ہے تو متعلقہ ناشر سے تحریری اجازت حاصل کی جائے کہ مواد مستقل طور پر جب جی چاہے نقل ہو سکتا ہے۔ ایسی اجازت ''مستقل اجازت Standing Permission کہلاتی ہے۔

کسی بھی **ملک** کے صحافیانہ ضابطہ اخلاق میں کوئی معقول اور قابل عمل اصول ہے تو اس پر عمل کرنے میں کوئی مضائقہ نہیں۔

باب 23

صحافتی قوانین

قانون میں یہ باور کیا جاتا ہے کہ ہر باشندے کو ملک کے قوانین سے پوری واقفیت ہے۔ جہاں قانون کی خلاف ورزی ہوتی ہے وہاں یہ کہہ کر پیچھا نہیں چھڑایا جاسکتا کہ ہمیں قانون کا علم نہیں تھا۔ ہر ملک میں قوانین ہوتے ہیں اور ان کی پابندی کرنا ہر شہری کے لیے لازم ہے۔

صحافیوں کے لیے بھی قانون سے فرار ممکن نہیں۔ بلکہ صحافت سے متعلق قوانین مزید سخت ہوتے ہیں۔ یہ وہ شعبہ ہے جس میں نیم معلومات سے نقصان پہنچنے کا احتمال ہے۔ اخبارات سے متعلق جتنے اہم قوانین ہیں ان کا مطالعہ ہر صحافی کے لیے مفید ثابت ہوسکتا ہے۔ عام طور سے ایسا ہوتا ہے کہ لوگوں کو اپنے حقوق اور مراعات کا خیال رہتا ہے مگر اپنے فرائض اور ذمہ داریوں کا احساس کم ہوتا ہے۔

اخبار نویس اور خصوصاً نامہ نگار ہمیشہ عوام اور خواص کے ناموں سے تعلق رکھتے ہیں۔ کسی بھی فرد کی یہ آرزو رہتی ہے کہ وہ نیک نام رہے اور سماج میں اسکی عزت بنی رہے بلکہ ہمیشہ بڑھتی رہے۔ ہر کسی کو امن اور چین سے رہنے اور طمانیت کی زندگی گذارنے کا پورا حق حاصل ہے۔ غریب ہو یا امیر، پڑھا لکھا ہو یا جاہل، ملازم پیشہ ہو یا تاجر ہر شخص کی عصری زندگی میں ایک حیثیت ہوتی ہے، ہر کسی کا ایک مقام ہوتا ہے۔

جس طرح گھر زمین، باغات وغیرہ ملکیت ہیں اور جس طرح زیورات ہیرے

جواہرات ملکیت ہیں۔ بالکل اسی طرح کسی بھی شخص کی نیک نامی بھی ایک ملکیت ہے۔ جس طرح ہماری اراضی جائداد پر کوئی ڈاکہ نہیں ڈال سکتا اور جس طرح ہمارے زیورات پر کوئی غاصب نہیں ہوسکتا ہماری نیک نامی پر بھی کوئی دست درازی نہیں کرسکتا۔ جس طرح ہماری غیر منقولہ جائداد کے تحفظ کی ذمہ داری حکومت کا فرض ہے ہماری نیک نامی، شہرت اور وقعت کا تحفظ بھی ضروری ہے قانون ہماری عزت، نام نمود اور رتبہ کا پاسبان ہے۔ کسی بھی شخص کو یہ حق نہیں کہ ہمارے اخلاق، رویہ یا برتاؤ پر کیچڑ اچھالے۔ بلا وجہ کوئی کسی کی مٹی پلید نہیں کرسکتا۔ ہر انسان کی معاشرہ میں ایک ذی عزت جگہ ہوتی ہے جسے کوئی چھین لینے کی کوشش نہ کرے۔ باعزت زندگی گذارنے کا حق ایک اہم انسانی حق ہے۔

اخبار نویس کا فرض ہے کہ وہ کسی بھی فرد کے مرتبہ کو گھٹانے سے باز رہے۔ ہر شخص یہی چاہتا ہے کہ اس کی ذاتی زندگی عوام سے مخفی رہے۔ صحافیوں کو حق نہیں ہے کہ وہ کسی بھی مرد یا عورت کی نجی زندگی میں مداخلت کی سعی کریں۔ اپنی تحریر سے صحافی کسی کے اخلاق پر کسی بھی نوعیت کا حملہ نہ کرے۔

ہندوستان میں ہتک عزت کے قوانین بہت سخت ہیں۔ جسے بدنام کرنے کی کوشش کی جارہی ہے وہ شخص اپنی رسوائی کو گوارا کرتے ہوئے ہرگز خاموش نہ بیٹھے گا ۔وہ قانون کی مدد سے عزت پر حملہ آور صحافی کے خلاف قانونی چارہ جوئی ضرور کرے گا۔ بہتر ہے کہ ہر اخبار نویس اپنی تحریروں میں غیر معمولی احتیاط سے کام لے اور کسی کی بھی ہتک عزت کرنے کی غلطی نہ کرے ورنہ عدالت کے چکر کاٹنے پڑیں گے۔ بدنامی کرنے والے کی بدنامی ہوگی۔ تمام الجھنوں سے بچنے کا بہتر طریقہ یہ ہے کہ صحافی ضروری قوانین سے واقف رہ ہر ایسی غلطی سے اجتناب کرے جس سے

قانونی کاروائی ممکن ہے ۔بعض لوگ یہ سمجھ بیٹھتے ہیں کہ اخبارات کو ہر قسم کی آزادی ہے۔اور وہ جی چاہے لکھ سکتے ہیں ۔یہ غلط قیاس ہے کہ اخبار پر عام قانون کا اخلاق نہیں ہوتا۔صحافی اتنی ہی گرفت میں ہوتے ہیں جتنے کہ عام لوگ ۔

ہتک عزت

زبانی طور پر کسی بھی انسان کے ساتھ گستاخی ہوسکتی ہے ۔جب کسی زبانی ہتک ہوتی ہے تو اسے سلانڈر Slander کہتے ہیں ۔جو بے عزتی تحریری ہوتی ہے اسے لائبل LIbel کہا جاتا ہے۔ زبانی ہتک عارضی ہوتی ہے جبکہ تحریری ہتک مستقل صورت میں موجود رہتی ہے۔ کسی کی زبانی بے عزتی ہوتو ہتک آمیز الفاظ سنے جاتے ہیں جبکہ تحریری بے عزتی ہوتو دیکھا اور پڑھا جاتا ہے ۔ بے عزتی ٹائپ شدہ،مطبوعہ، زیراکس شدہ پرچوں کی صورتوں میں بھی ہوسکتی ہے ۔اخبار میں کارٹون کے ذریعہ بھی کسی کے نام ونمود پر حملہ ممکن ہے۔ہتک آمیز الفاظ کسی ذاتی خط میں شامل ہو سکتے ہیں ۔کسی بھی خبر کی تحریری میں کسی کی بے عزتی کا پہلو نکالا جاسکتا ہے۔اداریہ میں کسی کی عزت پر ڈاکہ پڑسکتا ہے۔کسی معمے کے اشارے میں کسی کی اہانت پوشیدہ ہوسکتی ہے۔کسی اشتہار کے ذریعے بھی کسی کی نیک نامی یا اخلاق پر حملہ ہوسکتا ہے ۔ ہتک کسی اخباری سرخی کے ذریعہ بھی ممکن ہے ۔ کتابت کی توڑ مروڑ سے بھی کسی کی ہتک کا سامان پیدا ہوجاتا ہے۔معمولی اعراب کی غلطی سے ایک کے بجائے کسی دوسرے کی بے عزتی ہوجاتی ہے ۔نام کے ہجے میں ذرا سے فرق سے ایک آدمی کی عزتی کو دوسرے آدمی کی بے عزتی ثابت کیا جاسکتا ہے ۔

بہتان باندھنا ایک ایسی بری عادت ہے جس کی ہر جگہ مذمت کی جاتی ہے ۔ بے جا طور پر کسی پر تہمت لگانا ،ایک گندہ حرکت اور شرارت ہے ۔افترا پردازی نظر

انداز ہو جائے تو کچھ نہیں مگر قانونی گرفت میں آ جائے تو کافی پریشانی اور پشیمانی کا سامنا ہوتا ہے۔ گھروں کے چبوتروں پر بیٹھ کر یا چائے خانوں میں لوگ اکثر کسی نہ کسی پر طعنے کستے رہتے ہیں۔ اخلاقاً یہ غلط بات ہے اور قانوناً بھی یہ ایک جرم ہے۔ تحریر کا رواج بعد میں ہوا۔ اس طرح زبانی ہتک تحریری ہتک سے زیادہ قدیم ہے۔ چودھویں صدی ہی میں انگلستان کی عدالتوں میں ہتک آمیز فقروں پر اعتراضات ہوئے تھے۔ جلد ہی ایسے الفاظ کی شناخت کی گئی جو توہین یا بے عزتی کا ذریعہ سمجھے جا سکتے ہیں۔ کچھ الفاظ ظاہری طور پر ہی ہتک آمیز ہوتے ہیں اور کچھ الفاظ ایسے ہوتے ہیں جو عام طور سے بے ضرر نظر آتے ہیں۔ مگر باطنی طور پر ان میں ہتک ریزی کا مادہ بھرا ہوا ہوتا ہے۔ جن الفاظ سے ظاہری اور فوری طور پر عزت کی ہتک ہوتی ہے انہیں قانونی اصطلاح میں Slander per se کہا جاتا ہے۔ یہ ایسے الفاظ ہیں جو کسی ایسے معصوم کے حق میں استعمال کر دیے جاتے ہیں جس کا کسی جرم سے دور کا بھی واسطہ نہیں ہوتا مثلاً کسی کو قاتل یا زانی یا ٹھگ کہہ دینا۔ یہ وہ جرائم ہے جن کی سزائیں کافی کڑی ہو سکتی ہیں۔ بلاوجہ کسی پر ایسے الزامات ٹھونسنا واقعی زیادتی ہوگی۔ کچھ بیماریاں ایسی ہوتی ہیں جن سے لوگ گھبراتے ہیں یا شرمندہ ہوتے ہیں مثلاً، دق، سل، برص، جنسی امراض، سرطان، ایک اچھے بھلے آدمی کے بارے میں یہ کہہ دینا کہ وہ طاعون یا ہیضہ یا ایسے ہی کسی متعدی مرض میں مبتلا ہے غلط بات ہوگی۔ اگر کسی کے بارے میں یہ مشہور ہو جائے کہ وہ جلد کی کسی ایسی بیماری کا شکار ہے جو دوسروں کو بھی الگ جاتی ہے تو ظاہر ہے کہ کوئی اس کے قریب نہیں پھٹکے گا اور کوئی اسے کسی سماجی تقریب میں مدعو نہیں کرے گا۔ یعنی کسی پر ایسی بات چپکائی نہ جائے جس کا سرے سے وہ شکار یا ذمہ دار نہیں ہے۔ جنسی بیماریوں میں مبتلا شخص کسی بھی

معاشرہ میں اچھی نظروں سے نہیں دیکھی جاتا۔لوگ اسکے اخلاق کے بارے میں چہ می گوئیاں کرتے ہین اور اس سے کوئی ساز باز رکھنا پسند نہیں کرتے۔ اگر کسی ایسے آدمی کو جسے کوئی بیماری یا شکایت نہیں ہے۔شرارتا یہ کہہ دینا کہ وہ گندہ جنسی بیماریوں میں مبتلا ہے تو اس کی زندگی اجیرن ہوجائے گی۔ ایسے غیر ذمہ دارنہ الفاظ بھی استعمال نہ ہوں جس سے کسی کی تجارت میں یا پیشہ میں یا روزگار میں رکاوٹ پیدا ہوسکتی ہومثلا یہ کہنا کہ فلاں ڈاکٹر نالائق ہے اورانجکشن دینے سے تک قاصر ہے ڈاکٹر کی شہرت پر ایک دھبہ ہے اور ممکن ہے کہ کوئی اس کے پاس علاج کی غرض ہے نہ آئے۔کسی مولوی یا خطیب یا امام کے بارے میں یہ کہہ دینا بھی غلط ہے کہ وہ نمبری جھوٹا یا بدگو یا غلط بیان ہے تو لوگ اس پر اعتماد نہیں کریں گے اور ممکن ہے ایسے آدمی کے پیچھے نماز پڑھنا چھوڑ دیں۔کسی وکیل کے بارے میں کہہ دینا کہ وہ قوانین کی ابجد سے بھی ناواقف ہے شر پسندی ہوگی۔اسی طرح کسی بھی پیشہ ور کے بارے میں رائے دیتے وقت کافی احتیاط برتی جائے۔فرض کیجئے کہ کوئی یہ کہدے کہ فلاں ہوٹل میں کھانا کھنانے والا عموماتپ دق کا شکار ہوجاتا ہے تو کوئی شخص اس ہوٹل میں قدم نہیں رکھے گا اور تجارت یکسر ٹھپ ہوجائے گی۔ اگر کسی اخبار میں یہ اطلاع شایع ہوجائے کہ فلاں نام کا چاکلیٹ کھانے سے دانتوں میں کیڑے پڑجائیں گے تو کوئی شخص وہ چاکلیٹ نہیں خریدے گا اور والدین بھی اپنے بچوں کو تاکید کریں گے کہ بھول سے بھی فلاں نام کا چاکلیٹ خرید کر کھایا نہ جائے۔ ہر کوئی یہی چاہتا ہے کہ متعلقہ تجارت میں اس کا نام چلے اور زیادہ سے زیادہ منافع کما سکے۔ اگر اسکے بارے میں غیر ذمہ دار افواہیں پھیلائی جائیں تو اس کا زبردست نقصان ہوگا۔وہ کسی بھی بدنام کرنے والے کو عدالتی کٹہرے میں کھینچ سکتا ہے۔ ہر تجارت، ہر پیشہ اور ہر

مشغلہ کی بازار میں ایک ساکھ ہوتی ہے اور کوئی بھی اس ساکھ کو دھکا برداشت نہیں کرے گا۔۔کسی کو قلاش یا مقروض یا دیوالیہ کہنے سے احتراز ضروری ہے۔کسی بھی شخص کو چور، دغاباز نقب زن، آتش زن جھوٹا گواہ، قاتل جعل ساز، غاصب، ملک دشمن وغیرہ کہنا صریحا ہتک ہے۔کسی بھی عورت کو طوائف یا عصمت فروش یا پیشہ ور یا رنڈی یا کال گرل کہنا ہتک ہے کسی کو انتہاپسند، شر پسند، مفسد کمیونسٹ، بلوائی، غدار، فاسد حکومت دشمن باغی یا ہڑبونگ، باز کہنا بھی ہتک کرنے کے مترادف ہے۔ افسروں کو رشوت خور یا خیانت دار کہنا بھی ہتک آمیز حرکت ہے جس پر قانونی کاروائی کی جاسکتی ہے۔کسی قصاب کے گوشت کو برا نہیں کہا سکتا اور کسی بھی تاجر کی فروخت کی جانے ولی شے کو گھٹیا کہنا قانونا غلط ہے۔کوئی بھی کمپنی یا کارپوریشن اپنی بنائی ہوئی اشیاء کی بدنامی کے خلاف عدالتی کاروائی کا مجاز ہوتی ہے۔

یہ کہنا ہتک نہیں ہے کہ تمام وکیل چور ہیں بلکہ یہ کہنا ہتک ہے فلاں بازار میں دفاتر رکھنے والے تمام وکیل چور ہیں۔ مذکورہ علاقہ کا کوئی بھی وکیل ایسی بدکلامی کرنے والے پر دعویٰ دائر کرسکتا ہے۔تاریخی یا افسانوی بدنام کرداروں سے کسی کو مماثل ٹھہرانا بھی ہتک ہے مثلاکسی کو شائیلاک Shylock کہنا ایک بیدردسودخوار کہنے کے برابر ہے کسی کو میر جعفر یا میر صادق کہنا اسے غدار کہنے کے برابر ہے اسی طرح خرافاتی کہانیوں کے بدنام کرداروں سے کسی کو یاد کرنا باعث ہتک قرار دیا جاتا ہے۔تاریخی کتابوں میں ایسے کئی کرار ہیں جن سے لوگ گہری نفرت رکھتے ہیں۔ لہذا کسی کو ایسے برے کرداروں کے نام سے پکارا جانا قابل اعتراض ہے۔

لائبل Libel وہ تحریر ہے جو باعث ہتک عزت ہوتی ہے۔کسی کی توہین کرنا کسی کو بدنام کرنا یا کسی پر بدنیتی سے الزام لگانا یا کسی کے خلاف تحقیر آمیز تحریر شائع

کرنا قانونا جرم ہے۔ ایسے ہتک عزت کے معاملات پر تادیبی کاروائی کے لیے تقریباً ہر ملک میں قوانین نافذ ہیں۔ تحریری ہتک کے قوانین زبانی ہتک کے قوانین سے زیادہ سخت سزا کے حامل ہیں۔ زبانی ہتک کبھی کبھی گوارا کر لی جاتی ہیں کیونکہ وہ عارضی ہوتی ہے اور بہت کم لوگ اس کے گواہ ہوتے ہیں۔ مگر تحریری ہتک کافی قابل اعتراض ناگوار اور غضب انگیز ہوتی ہے۔ عام طور سے ہم غصہ میں کسی بھی شخص کو لچا، لفنگا، بدمعاش، آوارہ ہوتے ہیں مگر تحریری ہتک کافی قابل اعتراض، ناگوار و غضب انگیز ہوتی ہے۔ عام طور سے ہم غصہ میں کسی بھی شخص کو لچا، لفنگا، بدمعاش، آوارہ، پاجی، شہدا حرام زادہ، وغیرہ کہہ سکتے ہیں۔ چونکہ ایسے الفاظ غائبانہ ادا ہو جاتے ہیں کوئی مسئلہ اٹھ نہیں کھڑا ہوتا۔ اگر یہی الفاظ کسی کے نام کے ساتھ تحریر میں آ جائیں یا طبع ہو جائیں تو لکھنے والا اپنا دامن بالکل نہیں بچا سکے گا۔

کوئی بھی ایسی بات جس سے کسی شخص کی ذلت یا رسوائی ہوتی ہے یقیناً توہین کے زمرے میں آتی ہے۔ ہر وہ بات جو باعث شرم ہوتی ہے یا جس سے عزت پر حرف آتا ہے ہتک کہلاتی ہے۔ ایسی باتوں سے متعلقہ فرد حقارت کی نظر سے دیکھا جاتا ہے لوگ اس کی تضحیک کرتے ہیں یا ٹھٹھا اڑاتے ہیں۔ کوئی بھی حساس شخص ایسی مضحکہ انگیز اور نامعقول باتوں کو کبھی گوارا نہیں کر سکتا۔ ٹھنڈے سے ٹھنڈے دل و دماغ کا انسان بھی اپنی عزت پر حملہ برداشت نہیں کر سکتا، وہ بھڑک کر ہتک کرنے والے سے انتقام لینے کے لیے بے قرار ہو جاتا ہے اور ایسی صورت میں وہ قوانین کی پوری مدد حاصل کر سکتا ہے۔

ہتک عزت کے قوانین کی تاریخ میں سینکڑوں بلکہ ہزاروں ایسے مقدمے ملتے ہیں جن سے توہین آمیز فقروں کی اشاعت کا خمیازہ بھگتنے والے اخبارات کا حال

پڑھنے کو ملتا ہے۔ ہندوستان میں بھی کئی مشہور مقدمے ایسے گذرے ہیں جن میں ہتک عزت کا سوال اٹھایا گیا تھا اور مجرم اخبارات کے مدیر ان کو سزائیں سنائی گئی تھیں۔شاذ ہی کوئی ہفتہ ایسا گذرتا ہو جب کسی نہ کسی اخبار کے خلاف ہتک عزت کا مقدمہ نہ دائر ہوتا ہو۔اخبارات کے ناشرین کافی احتیاط برتتے ہیں مگر لغزش ہو ہی جاتی ہے۔

اکثر و بیشتر ہتک عزت کے مقدمات میں مظلوم افراد ہرجانہ طلب کرتے ہیں۔ کبھی کبھی ایسے ہرجانہ کی رقم لاکھوں روپیوں تک ہوتی ہے۔اردو زبان میں اسے، حرمت بہا کہتے ہیں۔اسے قانونی اصطلاح میں Damages یا اسپیشل ڈیمے جز

Special Damages

کہتے ہیں۔تاوان کی رقوم کا فیصلہ نقصان اور نقصان اٹھانے والے فرد کے مرتبہ کی روشنی میں کیا جاتا ہے۔ اگر اخبار تاوان کی رقم دینے کی سکت نہ رکھتا ہو تو مالک اخبار کو جیل کی ہوا کھانی پڑتی ہے۔

طعن آمیز اشارات ،طنز و مزاح اور تمسخر کے ذریعے بھی ایسی توہین ہو جاتی ہے کہ لوگ اخبارات پر مقدمے دائر کر دیتے ہیں۔طعن کرتے وقت بہت احتیاط برتنی ضروری ہے۔کسی مشہور مضمون نگار کے نام سے گھٹیا مضمون چھپ جائے تو اس مضمون نگار کی ہتک ہو جاتی ہے اور وہ غیض و غضب میں بھاری رقم بطور ہرجانہ طلب کر سکتا ہے۔کسی اور کی تصویر کے نیچے کسی مشہور آدمی کا نام شائع ہو جائے تو وہ اس حرکت کو اپنی توہین سمجھ کر قانونی چارہ جوئی کر سکتا ہے۔

ہتک عزت صحافیوں کے لیے حوا ہے توہین کی سزا کی تلوار ہمیشہ صحافی کے سر پر لٹکتی رہتی ہے۔اخبار نویس کے لیے ہتک عزت کا قانون ایک بھیانک خواب کی

طرح ہے اور وہ ان قوانین سے ڈرتے رہتے ہیں۔ ڈرنا ضروری بھی ہے کیونکہ ان قوانین سے کسی بھی صحافی کو فرار ممکن نہیں۔ کسی فرد کی توہین کسی تصویر کارٹون، کامک، نقشہ یا خاکہ کے ذریعے بھی ہوسکتی ہے۔

ہندوستان میں ہتک عزت کے قوانین کسی خاص ضابطہ کی صورت میں موجود نہیں ہیں۔ یہاں انگریزی قانون کی تمام روایات کا پاس رکھا جاتا ہے۔ توہین آمیز معاملات کے مقدمات میں انگلستانی علاقوں میں ہونے فیصلوں کا زیادہ لحاظ کیا جاتا ہے۔

ہتک عزت کے اہم جز مندرجہ ذیل ہیں:

الف۔ تہمت آمیز بیان جھوٹا ہو

ب۔ بیان میں ہجو اومذمت ہو

ج۔ بیان شائع ہوا ہو

د۔ بیان کسی مستقل قالب میں موجود ہو

ہ۔ اہانت آمیز بیا مدعی کے خلاف شائع ہوا ہو

اس سے ثابت ہوتا ہے کہ متعلقہ بہتان بنیادی طور پر جھوٹ پر مبنی ہو اور اسکی اشاعت سے مدعی کی بدنامی ہوئی ہو۔ کسی اور کی ہتک کے لیے کوئی دوسرا یا تیسرا آدمی مقدمہ دائر نہیں کرسکتا۔ جس فرد کی اہانت ہوتی ہے وہی شخص مقدمہ دائر کرنے کا حق رکھتا ہے۔

ذرہ بھر ثبوت کے بغیر یہ اظہار کرنا کہ کوئی اپنی بیوی کو زدوکوب کرتا ہے متعلقہ فرد کی بین ہتک ہے۔ کسی پر خواہ مخواہ الزام لگانا کہ اس نے کسی بینک پر ڈاکہ ڈالا ہے اسکی کھلم کھلا توہین ہے۔ کسی اچھے بھلے پرہیزگار کو شرابی بتانا اخلاقی گناہ ہے۔ کسی کو

اپنی ماں کے قتل کا ذمہ دار ٹھہرانا شرارت ہے۔اسی طرح کسی بھی فرد کے بارے میں بے پر کی اڑانا۔افواہ پھیلانا الزام تراشتا کیچڑ اچھالنا۔اخلاق سوزی کرنا۔ملامت کرنا ، بے جا تہمت لگانا قانونا اور اخلاقا کیچڑ اچھالنا۔اخلاق سوزی کرنا ، ملامت کرنا ، بے جا تہمت لگانا قانونا اور اخلاقا غلط حرکات ہیں، کسی بھی فرد کو غلیظ جانوروں سے تشبیہہ نہ دی جائے۔کسی کو لومڑی آستین کا سانپ ،سور ،خنزیر کا بچہ ،الو کا پٹھا، وغیرہ لکھنا بھی جرم ہے۔اسی طرح کسی کو پاگل ، ذلیل ، رذیل یا بدذات بھی نہیں کہنا چاہیے۔مکار ،فریبی ، ریاکار ،جہنمی ، شیطان ، جانی دشمن ، خارشی ،فسادی جیسے الفاظ اہانت آمیز ہیں جن کا استعمال ہمیشہ خطرناک ہوتا ہے۔

کسی تندرست آدمی کے بارے میں یہ لکھ دینا کہ وہ سوزاک، آتشک ، دیوانگی یا ایسی ہی کسی ہیبت ناک وبائی مرض کا شکار ہے تو سماج میں اس کا چلنا پھرنا دوبھر ہو جائے گا۔بغیر تصدیق کیے یہ چھاپنا جرم ہوگا کہ فلاں دوکان دار غلط ناپ تول سے کام لیتا ہے کسی گوشت فروش کے بارے میں یہ لکھا جائے کہ وہ بکرے کے گوشت کے نام پر گائے کا گوشت بیچتا ہے۔حالیہ سیاسی تاریخ میں بدنام شخصیات سے کسی کو تشبیہہ دی جاے تو قابل اعتراض ہے مثلاً کسی ہٹلر ، مسولینی جنرل ڈائر کہنا بھی خطرناک ہے۔نادرشاہ یا محمد بن تغلق سے کسی کی مطابقت نہ کی جائے کیونکہ ان کے احکامات کے بارے میں یہ عام خیال ہے کہ وہ ظالمانہ اور احمقانہ ہوا کرتے تھے۔

کسی مرد کو نامرد کہنا شرمناک بات ہے۔کسی عورت پر بردہ فروشی کا الزام لگانا مشکل میں پھنسنا ہے۔کسی مالیاتی ادارہ کی مالی حالت پر وہم وگمان کا اظہار بھی ہتک کے دائرہ میں آتا ہے۔بھول سے بھی کسی کے بارے میں نہ لکھا جائے کہ وہ اپنے قرضے ادا نہیں کرتا۔افراد کے قیام اور طعام وغیرہ کے بارے میکن غیر ضروری باتوں کی

تحریر سے احتراز ضروری ہے۔

عام طور سے کہا جاتا ہے کہ جو لوگ عوامی خدمت کے میدان میں آجاتے ہیں ان کو گالیاں، اعتراضات، تنقیدات وغیرہ سننے کی عادت ہونی ضروری ہے۔ وہ عوامی نعروں میں موافقت اور مخالفت دونوں قسم کے اظہار کو برداشت کرنے کے عادی ہوں۔ حساس آدمی عوامی زندگی سے قریب نہ آئے کیونکہ اس میں ہر نوعیت کے آدمیوں سے پالا پڑتا ہے۔ فلمی ستاروں، موسیقاروں، رقاصاؤں اور سیاست دانوں کو لوگوں کی تالیوں کے ساتھ گالیوں سے بھی تباہ کرنے کی قوت اور ہمت ضروری ہے۔ جو عوام کے درمیان رہتے ہیں انہیں گل بھی ملتے ہیں اور خار بھی ان پر طعنوں کی بھر مار ہوتی ہے اور کبھی زندہ باد کے نعرے بلند ہوتے ہیں۔ میونسپل کمیٹی کے معمولی رکن سے لے کر ملک کے صدر تک کے لیے عوام کی تنقیدوں سے مکمل فرار ناممکن ہے۔ سیاست میں خدمات کے اعتراف سے زیادہ لغزشوں پر اعتراض سنائی دیتا ہے۔ کسی بھی عوامی ذمہ داری کو قبول کرنا گویا تہمت اندازی کو دعوت دینا ہے۔ سیاست ایک ایسا عملی میدان ہے جس میں سیاست دان کو ہر نوعیت کے خیالات سے نپٹنا پڑتا ہے۔ شائستہ لوگ اکثر اسی وجہ سے انتخابات میں حصہ لینے سے کتراتے ہیں کہ انہیں مہم کے دوران گندگی، فحش گوئی اور اہانت آمیز باتوں کا سامنا کرنا پڑے گا۔ دنیا کے بہت کم مشاہیر ایسے ہیں جنہیں ہتک سے بالکل سابقہ نہ پڑا ہو جارج واشنگٹن ابراہام لنکن اور روزویلٹ جیسے عظیم امریکی صدور کو بھی عوام سے تضحیک سہنی پڑی تھی۔ ہندوستان میں بھی کئی بلند پایہ عوامی قائدین کو مخالف آندھیوں کا سامنا کرنا پڑا تھا۔ اس دنیا میں تہمت اور مذمت سے پیغمبر بھی نہیں بچے۔ جمہوریت اور سیاست میں کہنی سننی دونوں ضروری ہیں۔ عوامی حکومت میں عوامی مطالبات کی

سنوائی لازمی ہے۔اس کا مطلب یہ ہے کہ جمہوریت کے علمبرداروں کو بہتان طرازی سے کامل نجات ناممکن ہے۔مگر اخبارات کے لیے یہ ضروری ہے کہ وہ اپنی تحریروں میں الزام تراشی سے مکمل پرہیز کریں۔

قوانین ازالہ حیثیت عرفی

ہتک عزت کے معاملہ میں دیکھا جاتا ہے کہ اس میں کینہ،بغض یا عناد کا عنصر کتنا ہے۔یہ بھی ممکن ہے کہ کوئی تحریر توہین آمیز ہو مگر بد نیتی یا مخاصمت سے پاک ہو۔ ہتک عزت کے قوانین ،قانون ٹارٹ The Law of Torts آئینی قوانین ، تعزیرات اور قوانین طریقہ کار سے وابستہ ہیں۔قانون ٹارٹ وہ ہرجہ ہے جس سے کسی کو نقصان پہنچے اور جس کا ہرجہ عدالت کی وساطت سے مل سکے۔بہر حال ہتک عزت ایک مجرمانہ حرکت ہے جسے قانون کبھی معاف نہیں کرتا۔بعض ممالک میں ہتک عزت کے مقدمے دیوانی عدالتوں میں چلتے ہیں اور بعض میں فوجداری عدالتوں میں۔ہندوستان میں ہتک عزت کے مقدمے تعزیرات ہند کی دفعہ 499 کے تحت دائر ہوتے ہیں۔

کسی بھی فرد پر کوئی تہمت لگانے سے پہلے صحافی خود یہ سوچے کہ اگر کسی نے اس پر ایسا ہی بے جا الزام لگایا ہوتا تو خود اس کے احساسات کیا ہوتے۔ہتک عزت کے مقدمات کی سنوائی کے وقت جج اس بات کو ملحوظ رکھتے ہیں کہ مذکورہ تحقیری بیان پڑھ کر ذی فہم اصحاب متعلقہ شخص کے بارے میں کا رائے قائم کریں گے۔فیصلہ کرتے وقت اس بات کا بھی خیال کیا جاتا ہے کہ کیا واقعی متعلقہ شخص کی معاشرہ میں عزت، وقعت اور شہرت ہے۔کوئی بھی شخص ایسی نیک نامی ،مقبولیت اور وقار کا دعوے دار نہیں ہوسکتا جس کا وہ مالک نہیں ہے۔ہرجانہ کی رقم کا تعین کرتے وقت اس بات کا

پورا خیال رکھا جاتا ہے کہ مطلوبہ رقم متعلقہ شخص کی بے عزتی کا عوض حرمت بہا ہوسکتی ہے یا نہیں، مثلاً ایک بہت ہی مقبول اور مشہور فلمی اداکارہ اپنی ہتک کے تاوان کے طور پر □ 25 لاکھ روپیوں کا مطالبہ کرے تو عدالت بھی اس رقم کی اہمیت کی روشنی میں اپنا فیصلہ مناسب طور پر صادر کرے گی۔ ایک معمولی ٹیکسی ڈرائیور اپنی ہتک کے لیے ایک لاکھ روپیوں کا مطالبہ کرے گا تو عدالت یہی رائے قائم کرے گی کہ ایک گمنام ٹیکسی ڈرائیور کی ایسی شہرت یا نیک نامی نہ ہوگی جس کے لیے ایک لاکھ روپے کی رقم تاوان کے طور پر دلائی جائے۔

اگر کسی فرد کو کسی جرم کی پاداش میں سزا دی گئی ہے تو اخبار کو یہ حق نہیں پہنچتا کہ وہ مذکورہ فرد کے ان جرائم کا بھی راز فشا کرے جس سے وہ بچ گیا تھا اور جن پر اسے سزائیں نہیں ملی تھیں۔ کسی غرض و غایت سے توہین آمیز بیانات شائع ہوئے تھے اس کی گہرائی میں عدالت نہیں جاتی۔ اخبار اپنی لاعلمی کم علمی یا غلط فہمی کا بہانہ بنا کر قانونی گرفت سے نہیں بچ سکتا۔ جب کسی کی تذلیل کی جاتی ہے تو نقصان ذلیل ہونے والے فرد کا ہوتا ہے اور اسے ہرجانہ ملنا ضروری ہوتا ہے، مذمت کرنے والے اخبار کی نیک نیتی پر کوئی توجہ نہیں دی جاسکتی۔

سیاست دان عموماً سخت جان ہوتے ہیں۔ اکثر و بیشتر وہ اخبارات میں شائع ہونے والے حملوں کو گوارا کر لیتے ہیں، ذرا سی بات پر برہم ہو کر وہ قانونی کاروائی میں نہیں الجھ جاتے۔ جہاں تک ممکن ہو وہ اخباری تحریروں کو ڈھیل دیتے ہیں۔ اس کا یہ مطلب نہیں کہ سیاست دان ہر حملہ کو برداشت کر جاتے ہیں۔ صحافی کو چاہیے کہ سیاست دانوں کی خاموشی کو کمزوری نہ سمجھے۔ صبر آزمانے کی کوشش نہ کی جائے۔ اگر کسی نامعقول اور حد سے تجاوز کرنے والی تحریر سے کسی سیاست دان کا پیمانہ صبر

چھلک جائے تو وہ ایسی سخت کاروائی کرے گا کہ اخبار کے اگلے پچھلے تمام حملے زیر بحث آ کر عدالت کی ہمدردیاں بھی اخبار کے بجائے مجروح سیاست دان کے ساتھ ہو جائیں گی۔

اخبار نویس، یہ لنگڑا بہانہ بنا کر بچ نہیں سکتا کہ فلاں اطلاع اسے فلاں شخص سے ملی تھی اور وہ اصرار بھی نہیں کر سکتا کہ قانونی کاروائی فلاں شخص کے خلاف کی جائے۔ قانون یہ دیکھتا ہے کہ تحریر کہاں طبع ہوئی ہے اور مقدمہ طابع اور ناشر کے خلاف ہوتا ہے نہ کہ چائے کہ چسکی لے کر غلط سلط اطلاع دینے والے فرد پر۔

ایسے آدمی کی جانب سے ہتک عزت کا مقدمہ دائر نہیں ہو سکتا جس کی موت واقع ہو چکی ہے۔ یعنی کسی مرحوم شخص کی بے عزتی کے لیے کسی قریبی رشتہ دار کی جانب سے کوئی قانونی کاروائی نہیں کی جا سکتی۔ البتہ ایسے اہانت آمیز بیان میں مرحوم کے متعلقین میں سے کسی کا براہ راست یا بالراست اگر ذرا بھی تذکرہ ہے تو ان میں سے کوئی ایک شخص بھی ہتک عزت کی شکایت کے ساتھ قانونی چارہ جوئی کے لیے میدان میں آ سکتا ہے۔

توہین انفرادی بھی ہو سکتی ہے اور اجتماعی بھی۔ جہاں کسی کی تجارت پر حملہ ہوتا ہے اور اشیائے تجارت تیار کرنے والی کمپنی یا کارپوریشن یا کارخانہ کے بارے میں تہمت لگائی جاتی ہے تو وہ ہتک ٹریڈ لائبل Trade Libel کہلاتی ہے۔ قانونی اصطلاح میں اسے ''سلانڈر آف ٹائٹل Slander of Title یا سلانڈر آف گڈس Slander of Goods کہا جاتا ہے جس تحریر میں حکومت سے بغاوت کے احساسات بھڑکائے جاتے ہیں اسے ڈی سی لیش لائبل Seditious Libel کہتے ہیں۔ حکومت کی مخالفت میں کسی بھی سرگرمی کے خلاف کاروائیوں کے

لیے تعزیرات ہند Indian Penal Code میں دفعہ 124-A عائد ہوتی ہے۔ یہی وہ مشہور دفعہ ہے جس کے تحت لوکمانیہ بال گنگا دھر تلک اور مہاتما گاندھی جیسے عظیم آزادی کے سپاہیوں کو برطانوی قید خانوں کی صعوبتیں جھیلنی پڑی تھیں۔ جس تحریر میں کسی فرقہ یا مذہب پر حملہ کیا جاتا ہے اور کسی بھی جماعت کے دینی عقائد پر نکتہ چینی کی جاتی ہے اسے بلاس فی میس لائبل Blaspheous Libel کہتے ہیں۔ کسی بھی مذہب کے بارے میں گستاخانہ کلمے ہرگز استعمال نہ کیے جائیں۔ کوئی بھی فرد اپنے مذہب کی بے حرمتی برداشت نہیں کرسکتا۔ جس تحریر یا تصویر میں برہنگی ہوتی ہے وہ قابل اعتراض ہے۔ عریاں اور نیم عریاں تصاویر یا جنسی جذبات کو مشتعل کرنے والی تحریر اب سین لائبل Obscene Libel کہلاتی ہے۔ کسی بھی فحش، گندہ، خلاف تہذیب بے ہودہ، بے حیا، مکروہ یا قابل نفرت تحریر یا تصویر کے خلاف مقدمہ چل سکتا ہے یہاں یہ اشارہ ضروری ہے کہ طبی کتابوں میں شایع ہونے والی جنسی معلومات یا انسانی عضو کی تصاویر پر قانونی اعتراض نہیں ہوتا کیونکہ وہ طبی علوم کے حصول کے لیے ضروری ہیں، البتہ اس قسم کی تحریروں یا تصویروں عام اخبارات یا رسائل کے صفحات پر غیر طبی اغراج کے لیے شایع ہوں تو نا قابل معافی ہیں۔

ہتک عزت ولادت، سگائی اور وفات کی خبروں میں بھی سرزد ہوسکتی ہے۔ اگر کوئی دوشیزہ سماج میں اعلیٰ رتبہ کی مالک ہے اور اخبار نے اس کی سگائی یا شادی کا اعلان ایک معمولی رتبہ والے انسان کے ساتھ کردیا تو متعلقہ خاتون توہین کے لیے اخبار کو عدالت میں لاسکتی ہے۔ وفات کی خبروں میں نام یا سکونت میں ذرا سی غلطی سے پریشانی لاحق ہوسکتی ہے۔

کسی بھی خبر کے ساتھ معتبر ذرائع سے معلوم ہوا ہے کہا جا رہا ہے۔ بتایا جا رہا ہے مستند حلقوں سے خبر آئی ہے، رپورٹ ملی ہے، جیسے فقروں سے اخبار اپنی صفائی پیش نہیں کر سکتا، کیونکہ خبریں جمع کی جاتی ہیں تو کہی سنی اور بتائی گئی باتوں ہی پر منحصر ہوتی ہیں۔ ذرائع میں معتبر اور غیر معتبر کی تخصیص عدالت قبول نہیں کرے گی۔

قانون کی نظر میں لفظ اشاعت یعنی Publication کی خصوصی اہمیت ہے۔ اگر آپ کسی کے خلاف ایک حد درجہ توہین آمیز مضمون لکھ کر خود پڑھ لیں گے تو قانون کی نظر میں یہ جرم نہیں ہے کیونکہ اس کی اشاعت نہیں ہوئی۔ اس مضمون کو آپ اپنی جیب میں رکھ لیں یا میز کی دراز میں محفوظ کر دیں تو بھی آپ پر کوئی قانونی الزام عائد نہ ہوگا۔ اگر اس تحریر پر کسی ایک فرد یا ایک سے زیادہ افراد کی نظر پڑ گئی تو وہ قانونا اشاعت ہے اور آپ پر مقدمہ چلایا جا سکتا ہے۔ ضروری نہیں کہ اشاعت سینکڑوں، ہزاروں یا لاکھوں کی تعداد اشاعت والے اخبار میں ہو۔ بعض چھوٹے اخبارات یہ سمجھ بیٹھتے ہیں کہ ان کا اخبار چھوٹا ہے اور اس میں چھاپی گئی ہتک سے کیا بدنامی ہو جائے گی؟ مگر بات ایسی نہیں ہے ہتک دو آدمیوں کے سامنے ہو یا دو لاکھ آدمیوں کے سامنے آخر کار ہتک ہے۔ بے عزتی پچاس پرچوں کی اشاعت والے اخبار میں ہو یا پانچ لاکھ کی اشاعت والے اخبار میں وہ بہر حال بے عزتی ہے، اہانت آمیز مضمون تو مضمون نگار کے قلم سے نکلتا ہے مگر سزا ناشر کو دی جاتی ہے کیونکہ اخبار میں شائع ہونے والی ہر سطر اور ہر لفظ کی مکمل ذمہ داری ناشر یعنی Publisher کی ہوتی ہے۔

فرض کیجئے کہ آپ کے اخبار میں کسی کی عزت پر حملہ ہوا ہے اور آپ پر مقدمہ دائر ہو چکا ہے۔ آپ یہ سمجھ کر کہ مقدمہ تو دائر ہو ہی چکا ہے آپ متعلقہ توہین آمیز

مضمون کو دوبارہ شائع کریں یا اس کی مزید کاپیاں چھاپ کر تقسیم کریں تو آپ پر مزید الزام لگے گا۔ کسی ہتک کو دہرانا بھی جرم کا مکرر ارتکاب ہے۔

اخبار میں مطبوعہ بیان کی اشاعت صرف اخبار کے دفتر یا اخبار شائع ہونے والے شہر تک محدود نہیں سمجھی جاتی بلکہ جہاں جہاں اخبار بھیجا جاتا ہے، خریدا جاتا ہے اور پڑھا جاتا ہے وہاں اسکی اشاعت شمار کی جاتی ہے اور سمجھا جاتا ہے کہ توہین ان تمام مقامات پر ہوئی ہے۔ اگر متعلقہ توہین آمیز مضمون کی کسی اور اخبار میں نقل ہوئی ہے تو وہ تازہ ہتک سمجھی جاتی اور اگر کسی دوسری زبان میں اس مضمون کا ترجمہ شائع ہوا ہے تو ترجمہ بھی مکرر ہتک سمجھا جائے گا۔

صرف اسی ہتک آمیز بیان پر کاروائی ممکن ہے جس میں بے عزت ہونے والے فرد یا افراد کی واضح شناخت ہوتی ہے جہاں اشارات مبہم ہوتے ہیں اور شناخت بہ آسانی نہیں ہوتی قانونی کاروائی ناممکن ہو جائے گی مثلاً کہیں یہ درج ہو کہ: سرمایہ دار غریبوں کا خون چوستے ہیں۔۔۔۔ تو کسی سرمایہ دار کو یہ حق نہیں پہنچتا کہ وہ اخبار کے خلاف دعویٰ کر دے کیونکہ یہاں ایک عام اشارہ ہے۔ اسی طرح کہیں یہ لکھا ہو کہ: بڑی مچھلی چھوٹی مچھلی کو نگل جاتی ہے۔۔۔۔ تو کسی خاص فرد کی توہین نہیں ہو رہی ہے۔ کہیں یہ تحریر ہو کہ: بمبئی میں سب جیب کترے ہیں۔۔ تو بمبئی کے باشندے اخبار کے خلاف مقدمہ کر کے جیت نہیں سکیں گے۔ عدالت میں یہ تشفی بخش ثبوت فراہم کرنا ضروری ہوتا ہے کہ متعلقہ توہین آمیز کلمات کسی خاص فرد یا جماعت ہی کو بدنام کرنے کی غرض سے تحریر ہوئے ہیں۔ عمومی بیانات کو عدالت خصوصی انفرادی مذمت یا توہین نہیں قرار دیتی۔

مدافعتی تدابیر

فوجداری مقدمات میں ہر ملزم کو موقعہ دیا جاتا ہے کہ وہ اپنے دفاع میں ضروری ثبوت یا دلائل پیش کرے۔ اپنی صفائی میں کچھ نہ کچھ کہنے کا ہر مجرم کو حق حاصل رہتا ہے۔ یہ اور بات ہے کہ اس کی مدافعت عدالت مانے یا نہ مانے۔ اخبار کا یہ اصرار کی توہین آمیز مضمون نیک نیتی سے شایع کیا گیا تھا نا قابل قبول ہے۔ لاکھ حجت کی جائے کہ مضمون بغیر حسد، کینہ یا بغض کے شایع ہوا تھا عدالت نہیں مانے گی۔ ہتک عزت کے معاملات میں نیک نیتی یا بد نیتی کو نہیں دیکھا جاتا۔ اخبار کی یہ دلیل بھی بے کار ثابت ہوگی کہ توہین آمیز مضمون اتفاقاً یا بھول چوک سے شایع ہو گیا تھا۔ یہ حجت بھی ٹھیک نہ رہے گی کہ خبر صرف افواہ کے طور پر شایع کرنے کی کوشش کی گئی تھی۔ ناشر ایسا بھی بہانہ کرکے بچ نہیں سکتا کہ عملہ ادارت کے اراکین کی ناسمجھی یا غفلت سے ایسی بات ہوگئی۔ عدالت اس بات کو بھی تسلیم کرتی کہ ناشر شعبہ ادارت میں کام کرنے والے مدیروں کے طریقہ کار سے لاعلم تھا۔ یہ دلیل بھی بچکانہ سمجھی جائے گی کہ جس دن ہتک آمیز مضمون شایع ہوا ناشر بیمار تھا یا دفتر میں موجود نہ تھا۔ ناشر کی ذمہ داری قانونی اور قطعی ہوتی ہے۔ ناشر حیلے حوالوں سے قانونی جکڑ بندی سے آزاد ہونے میں بالکل ناکام رہے گا۔ قانون کی تلوار اپنا کام کرکے رہے گی۔

ہتک عزت مقدمات میں عموماً تین نکات کے تحت دفاع ممکن ہے۔

۱۔ مطبوعہ حقائق کی سو فی صدی سچائی Truth

۲۔ اخبارات کے مراعات Privileges

۳۔ واجبی تنقید Fair Comments

مکمل تشفی بخش طور پر یہ ثبوت دینا کہ مطبوعہ بات سو فی صد حق پر مبنی ہے ایک

بہترین مدافعت ہے کسی شرابی کو شرابی کہنا ہتک نہیں مگر عدالت میں یہ تسلی بخش طریقہ پر ثابت کرنا پڑتا ہے کہ وہ واقعی شرابی ہے۔ کسی فرد کے بارے میں یہ لکھ دیا جائے کہ وہ ایک غبن کے معاملہ میں ملوث تھا اور بعد میں وہ انکار کرے تو اخبار اپنی مدافعت میں وہ سارے دستاویزی ثبوت پیش کر سکتا ہے۔ جس سے متعلقہ شخص کے بارے میں ثابت ہو جائے کہ واقعی وہ غبن میں ملوث تھا۔ چور کو چور کہنا تو توہین نہیں بشرطیکہ وقت ضرورت عدالت میں آپ یہ مکمل ثبوت فراہم کریں کہ وہ سچ مچ چور ہے اور چوری کے الزام میں فلاں جیل میں فلاں تاریخ سے فلاں تاریخ تک قید کی سزا کاٹ چکا ہے۔

اخبار کے پاس بیان کردہ بات کو پایہ ثبوت کو پہنچانے کی تمام تفصیلات موجود رہنا ضروری ہے۔ یعنی اخبار اپنی صفائی میں یہ دلیل پیش کریں کہ اس نے جو بات کہی ہے وہ بالکل صحیح ہے جس میں نہ کذب ہے نہ افترا پردازی۔ اسے جس ٹی فی کیشن Justification بھی کہتے ہیں کسی بھی بات کو حق بہ جانب ثابت کرنا۔ شائع شدہ حقائق کی تائید میں عدالت یا استغاثہ کے وکیل کی جانب سے جو بھی گواہ یا کاغذات طلب کیے جائیں انہیں مہیا کرنا وکیل دفاع کا فرض ہوگا۔ عدالت کسی بھی قول یا فعل کو اسی وقت بجا یا صحیح تسلیم کرے گی جب وجہ معقول ہو اور ثبوت مستند اور علانیہ ہوں۔

اگر کسی مجرم نے کسی جرم کی پاداش میں قید بھگت لی ہے اور رہائی کے بعد اپنے اپنی اصلاح کر کے ایک شریف اور پابند قانون انسان کی حیثیت سے زندگی گزارنی شروع کر دی ہے تو اخبار کو زیب نہیں دیتا کہ اسکے ماضی کے کردار کو دوبارہ اچھالیں اور کوشش کریں کہ اس کے جرائم کی تشہیر ہو۔ ایسے معاملات میں ملزم کے ساتھ عدالت کی ہمدردی شامل ہو جاتی ہے کیونکہ قانون ہر اصلاح پسند مجرم کو بہترین مواقع فراہم کرنا چاہتا ہے وہ غلط راستوں سے ہٹ کر صحیح راستے اپنائے۔

بعض اوقات عدالت یہ جاننا چاہتی ہے کہ حق ثابت کس منشا سے شایع کی گئی تھی اس عدالت کی غایت یہ ہوتی ہے کہ دفاع کے بتائے ہوئے وجوہ میں کس حد تک معقولیت ہے۔ صرف یہ حجت کرنا کافی نہیں ہے کہ تحریر دی گئی بات سچ ہے۔ کبھی کبھار اخبار کے پرانے فائلوں سے کوئی چیز دوبارہ نقل کری دی جاتی ہے جو بعد میں توہین آمیز ثابت ہوکر عدالت میں پہنچ جاتی ہے۔ اخبار یہ سوال پیش نہیں کر سکتا کہ دس سال پہلے وہی بات شایع ہوئی تھی کہ قانونی کاروائی کیوں نہیں ہوئی؟ اس سلسلہ میں یہ یادرکھنا ضروری ہے کہ ہزاروں جرائم دنیا میں سرزد ہوتے رہتے ہیں۔ مجرموں کے خلاف قانونی کاروائی اسی وقت ممکن ہے جب قانون کے نافذ کرنے والوں کے پاس باقاعدہ شکایت درج کرائی جاتی ہے۔ ایک اور ممکن وجہ یہ ہے کہ زمانہ میں اقدار بدلتے رہتے ہیں۔ جو بات دس برس پہلے گوارا تھی آج ناگوار ہوسکتی ہے۔ جو بات دس برس پہلے توہین آمیز نہیں تصور ہوتی تھی آج بڑی توہین کہلا سکتی ہے۔

قانون کا یہ قدیم ترین اصول ہے کہ جو شخص جس بات کا اعادہ کرتا ہے اس کا ثبوت دینا اسی کی ذمہ داری ہے اس طرح جو بات اخبار میں کہی جاتی ہے وہ اخبار ہی کی جانب سے کہی گئی سمجھی جاتی ہے اور جب مقدمے میں اس بات کی صداقت کا ثبوت طلب کیا جاتا ہے تو ثبوت فراہم کرنے کی ذمہ داری سو فی صدی اخبار ہی کی ہوتی ہے۔ تقریباً ہر معاملہ میں قانونی اعتبار سے ثبوت اسی کو مہیا کرنا ہوتا ہے جو کسی بھی قسم کا الزام دہرا رہا ہے یا کوئی بات علی الاعلان دہرا رہا ہے لہذا اخبار اس وقت تک کسی تہمت کی اشاعت کی اجازت نہ دے جب تک اسے اعتماد نہ ہو کہ اگر قانونی کاروائی ہو تو عدالت میں پیش کرنے کے لیے ضروری شواہد موجود ہیں۔ بڑے اخبارات یہاں تک اہتمام کرتے ہیں کہ بعض خبروں اور متنازعہ معاملات پر مضامین

یا بیانات کو شائع کرنے سے پہلے ہی اپنے قانونی مشیر کی صلاح لے لیتے ہیں تاکہ بعد میں الجھن اور پریشانی سے بچا جا سکے۔ چھوٹے اخبارات بھی احتیاطاً کسی وکیل سے پیشگی صلاح مشورہ کر لیں تو بہتر ہے۔

ہتک عزت مقدمات میں دوسری اہم مدافعت، مراعات ہے مراعات بھی دو طرح کی ہوتی ہیں۔

الف۔ مراعات مطلق یعنی ایبسو لیوٹ پری ولیج Absolute Privilege

ب۔ مراعات بالشرط یعنی کوالی فائیڈ پری ولیج Qualified Privilege

اراکین قانون ساز اسمبلی، اراکین قانون ساز کونسل اور اراکین پارلیمان کو کئی قانونی مراعات حاصل ہیں۔ اسی طرح عدالتوں میں مصروف وکیلوں کو بھی کئی مراعات حاصل ہیں۔ اہم دیوانی اور فوجداری مقدموں میں شہادت دینے والے گواہوں کو بھی چند مراعات حاصل ہیں۔ قانون ساز اسمبلیوں میں برسر اقتدار جماعت اور حزب مخالف دونوں کے اراکین کو ضروری معاملات پر تنقید و تبصرہ کی اجازت رہتی ہے۔ بہت ممکن ہے کہ کوئی رکن اسمبلی یا رکن پارلیمان کسی مسئلے پر اپنے خیالات کا اظہار کرتے ہوئے کسی پر تہمت لگائے یا کسی فرد یا ادارہ کی مذمت کرے۔ اگر اسمبلی کی روئداد شائع کرتے وقت اخبار میں یہ درج ہو کہ فلاں رکن نے فلاں ادارہ کی کارگذاری کے بارے میں فلاں قابل اعتراض بات کہی تو اخبار ہتک عزت کے لیے مورد الزام ٹھہرے گا کیونکہ اخبار نے صرف وہی تحریر کیا ہے جو متعلقہ رکن نے اسمبلی کی نشست میں کہا۔ کم از کم اخبار کو یہ حق حاصل ہے کہ وہ پارلیمان یا اسمبلی کے اجلاس کی کاروائی لفظ بہ لفظ شائع کر سکتا ہے۔ مگر یہ بات ثابت ہونی ضروری

ہے کہ روئداد بالکل صحیح ہے اور اس میں کسی بھی طرح کی کمی یا بیشی نہیں کی گئی ہے۔ اسی طرح عدالتی کاروائیوں کی بھی مکمل، واجبی اور بالکل درست تفصیلات بغیر کسی ترمیم یا تنسیخ کے اخبار کے صفحات پر شایع ہوسکتی ہیں۔عوام کی جانب س منتخبہ ارکین کی قانون ساز ایوانوں میں مصروفیات کا علم رائے دہندگان کو حاصل رہنا ضروری ہے۔اسی طرح عوام کو یہ حق حاصل ہے کہ وہ عدالت میں ہونے والے فیصلوں سے بھی واقف رہیں۔میونسپل کمیٹیوں میونسپل کارپوریشن کے اجلاس کی روئداد بھی لفظ بہ لفظ شائع کرنے کا اخبارات کو حق حاصل ہے۔

بعض اہم مقدمے علانیہ طور پر عدالت کے کمرے یا ہال میں نہیں منعقد ہوتے ۔حالات کی نزاکت کا تقاضہ ہوتا ہے کہ قتل یا غبن یا اغوا یا اسی نوعیت کے سنگین مقدمے عدل و انصاف کی خاطر کھلی عدالت کے بجائے بند کمروں میں چلائے جائیں۔قانونی اصلاح میں اسے ان کیمرہ اجلاس In Camera Session کہا جاتا ہے۔اخبارات کو ایسے مخفی عدالتی اجلاس کی رپورٹ شائع کرنے کا حق نہیں ہے۔بند کمرے میں مقدمہ چلانے کا عین متصد ہی یہی ہوتا ہے کہ کاروائی عوام سے عموما اور اخبارات سے خصوصا ایک معینہ مدت تک پوشیدہ رہے۔

مراعات بالشرط Qualified Privilege کے لیے ایک اہم شرط یہ ہوتی ہے کہ اخبار میں شائع ہونے والے بیان میں کسی بھی طرح کا تعصب شامل نہ ہو۔ جہاں حسد، یا بغض یا کینہ ثابت ہوجاتا ہے یہ رعایت خود بخود ختم ہوجاتی ہے۔

کسی بھی کاروائی کی روئداد مکمل ہوتو اخباری رعایت سے مدافعت ممکن ہے۔ اگر روئداد کا صرف ایک حصہ شائع کیا جائے یا صرف ایسا پہلو نمایاں کیا جائے جس سے کوئی خاص بات سامنے آتی ہے اور کوئی خاص بات مخفی رہ جاتی ہے تو مراعات

شکنی ہو جاتی ہے یکطرفہ کاروائی کی تفصیلات شائع کر کے اخبار،مراعات کے دفاع میں کامیابی حاصل نہیں کر سکتا۔کسی رکن پر حملہ کی خبر شائع کر کے متعلقہ رکن کے وضاحتی بیان کو نہ شائع کرنے سے بھی مراعات کا حق صلب ہو جاتا ہے۔کسی بھی عدالتی یا پارلیمانی سرگرمی کی روئداد مختصر ہوسکتی ہے مگر اہم نکات کو دبانے کی کوشش ہو تو اخبار کی بدنیتی کا پتہ چل جاتا ہے اور وہ مراعات کے تحت مدافعت کر کے اپنے آپ کو عدالتی کاروائی سے بچانے میں ناکام رہ جائے گا،اخباری سرخیوں میں بھی غیر معمولی احتیاط برتنی ضروری ہے متن سے مطابقت نہ رکھنے والی سرخی سے بھی اخباری مراعات کے تحت دفاع مشکل ہے۔

اخباری نامہ نگاروں کو پولیس اسٹیشن میں فرسٹ انفارمیشن رپورٹ First Information Report یعنی ایف آئی آر FIR □ چارج شیٹ Charge Sheet عدالت کے افسران سے مانگ کر صحافی پڑھ سکتے ہیں۔عدالت کے روبرو پیش کیے جانے والے حلف ناموں یعنی Affidavits پڑھنے کا انہیں حق ہے۔کسی بھی قانونی عرضداشت یعنی Plaint یا دیگر قانونی دستاویز کو دیکھنے کا انہیں استحقاق حاصل ہے۔مگر انہیں صرف اس حد تک حق حاصل ہے کہ وہ ایسے قانونی کاغذات سے صحیح نام اور پتے نوٹ کر سکتے ہیں یا ان کی تصدیق کر سکتے ہیں۔ایسے دستاویزات یا عدالتی کاغذات کو اخبارات میں لفظ بہ لفظ شائع کرنے کی رعایت حاصل نہیں ہے۔اگر ایسے دستاویز کھلی عدالت میں پڑھے جائیں تو جو فقرے علانیہ پڑھے گئے ان کو نوٹ کر کے شائع کرنے کی رعایت حاصل رہتی ہے۔قانون ساز مجالس میں کی گئی نکتہ چینیوں کو خواہ وہ کتنی ہی توہین آمیز اور سنگین ہوں اخبار اپنی رپورٹ میں شائع کر سکتا ہے۔مگر اس شرط پر کہ ایسے جملے عام طور سے پارلیمانی

رپورٹوں کے کالم میں شائع کیے جائیں۔ اگر ایسی ہی کسی ہتک آمیز پارلیمانی تقریر کو کوئی اخبار نمایاں طور پر شائع کر کے مذکورہ رکن کی وقعت یا اہمیت بڑھانے کی کوشش کرے گا تو اخباری مراعات سے یکسر محروم رہ جائے گا۔

واجبی تنقید یعنی (Fair Comments) ایک اچھی مدافعت ہے بشرطیکہ اس کا محتاط استعمال ہو۔ جو لوگ عمومی زندگی میں آتے ہیں وہ عوامی تنقید سے ہمیشہ بچ نہیں رہ سکتے۔ اخبار میں کتابوں، ڈراموں، موسیقی کے پروگراموں، ریکارڈوں اور دیگر ثقافتی سرگرمیوں پر تبصرے شائع ہوتے رہتے ہیں، کسی ادیب کی نئ تخلیق پر مبصر کو رائے دینے کا حق حاصل رہتا ہے۔ خامیوں کی نشان دہی کے بغیر کسی رقص و موسیقی کے جشن کا تبصرہ ناممکن ہے۔ اخبار تنقید و تبصرہ کے بغیر اپنے فرائض سے سبکدوش نہیں ہوسکتا۔ مگر شرط یہی ہے کہ نقاد اپنی تنقید کا دائرہ تنقید تک ہی محدود رکھے اور ذاتی عناد، بغض، کینہ یا تعصب کو کام میں نہ لائے۔ واجبی تنقید تک ہی محدود رکھے اور ذاتی عناد، بغض، کینہ یا تعصب کو کام میں نہ لائے۔ واجبی تنقید کی سب سے بڑی شرط یہ ہے کہ ایسی تنقید عوام کی فلاح کے لیے ہو۔ مبصر یا نقاد تخلیق کی جتنی چاہے اتنی برائیاں گنانا چاہے تو وہ تفصیلات اور دلائل کیساتھ گنائے، مگر فنکار کی شخصیت پر کوئی کیچڑ نہ اچھالے۔ جمہوریت میں سیاسی اور ذہنی دونوں تنقیدوں کا اعلیٰ اور ارفع مقام ہے مگر اس استحقاق کا ناجائز استعمال ہرگز نہ ہو۔ اگر اخبارات ورسائل سے تنقید و تبصرہ کا حق پوری طرح سے چھن جائے تو وہ ناکارہ ہی سمجھے جائیں گے۔ تنقید کی وجہ سیاست دان بھی بیدار ہوجاتے ہیں اور ذہنی تخلیق کرنے والے بھی۔ یہ تنقید نگاروں کا خوف ہے جو مصنفین کو زیادہ محنت اور مشقت پر مجبور کرتا ہے۔ اگر ماہر شعراء کو تنقید کا ڈر نہ ہو تو ہر شاعر مہمل شاعری کرنے لگے گا۔ جمہوریت میں

ووٹروں کی خوشنودی حاصل کرنے کے لیے سیاست داں کا فعال اور صحیح معنوں میں خدمت گزار ہونا ضروری ہے۔ اگر کسی اخبار میں کسی یم یل اے یا یم یل سی یا یم پی کی غلطیوں یا مکمل خاموشیوں کا تذکرہ ہونے لگے تو آئندہ انتخابات میں وہ اپنے حلقہ انتخاب کے ووٹروں کو منہ دکھانے کے قابل نہیں رہے گا۔ سیاسی سرگرمیوں کے جائزوں کے بغیر جمہوری دور میں اخبار تشنہ رہ جاتا ہے۔ اخبارات کو کسی بھی عوامی عہدہ دار کی لغزشوں یا ناکامیوں پر واجبی تنقید کا حق اسے بیدار رکھنے میں بہت مددگار ثابت ہوتا ہے۔ اخبار کو یہ حق حاصل نہیں رہتا کہ وہ میر بلدہ Mayor کو بددیانت قرار دیدے بلکہ یہ حق ضرور حاصل رہتا ہے کہ اس کی غلط کارگذاریوں پر روشنی ڈال کر اسے سیدھی راہ پر چلنے کی ترغیب دے۔ کھلاڑی، مصنف فلمی ستارے مصور، سنگ تراش، معمار، پیشہ ور مقرر، مزاح نگار، اور اسی نوع کے فنکار ہمیشہ اخبارات میں تذکروں اور تبصروں کے خواہش مند رہتے ہیں۔ وہ چاہتے ہیں کہ ان کے بارے میں خوشگوار تفصیلات شائع ہوں جس سے انہیں اپنے فن کی شگفتگی بخشنے کا موقعہ ملے۔ اخبارات کی مدد کے بغیر کسی بھی فنکار کا مشہور ہونا مشکل ہے۔ مگر اخبار کسی بھی افسانہ نویس، ناول نگار، موسیقار، جادوگر یا اداکار کے بارے میں صرف توصیفی کلمات ہی نہیں لکھ سکتا۔ اس کی تخلیقات پر مبسوط تبصرے شائع کرکے ہی جس پہلو کی تعریف ہوتی ہے اس کی تعریف کر سکتے ہیں یا جس پہلو کی تحریف کرنی اہم ہے وہ کی جاتی ہے۔ فلموں پر تبصرہ کرتے وقت بھی یہی امر ملحوظ خاطر رہے کہ فلمی ستاروں کی اداکاری کے بارے میں نکتہ چینی کیجائے نہ کہ انکی نجی زندگی کے کسی پہلو پر۔ قارئین بھی ایسی ہی تنقید کا احترام کرتے ہیں جو راست، کھری، ایماندار اور بے روعایت ہوا کرتی ہے۔ متعصب اور غیر منصفانہ تنقید قارئین بھی ناپسند کرتے ہیں۔

تنقید کا کسی بھی ادب میں ایک نہایت دقیع مقام ہے۔ شیکسپئر، کالی داس او رغالب کی تخلیقات بھی نقادوں سے نہیں بچ سکی ہیں۔ ہر زبان کے ادب میں نقادوں نے متعلقہ ادب کو پروان چڑھانے میں بے نظیر خدمات انجام دی ہیں۔ اداریہ لکھے بغیر کوئی مدیر کامیاب یا محترم نہیں ہوتا اور اداریہ میں تنقید کا عنصر نمایاں رہنا ضروری ہوتا ہے۔ جمہوری نظام میں اخبارات کی رائے زنی کے خوف سے کئی کام سلیقے اور قرینے سے انجام پاتے ہیں۔ اگر صحافیوں کی تیز فہم نظروں کا ڈر نہ ہو تو کوئی عوامی ادارے بد نظمی اور رشوت ستانی کے اڈے بن جائیں گے۔ دینی معاملات میں بھی مدلل رائے کا اظہار کیا جا سکتا ہے۔ بشرطیکہ اس سے متعلقہ مذہب کے ماننے والوں کی دل شکنی نہ ہو۔ اخبار ہر ایسے معاملہ پر اپنی رائے کا اظہار کر سکتا ہے اور انصاف پسند ہو تو عدالت بھی اس قسم کی مدافعت کو وقعت کی نظر سے دیکھتی ہے۔ واجبی تنقید کی مدافعت قانون کے تاج میں ایک چمکتا ہوا ہیرا سمجھی جاتی ہے۔

ہتک عدالت

کسی بھی اخبار میں مقدموں کی خبریں شایع کرنا ضروری ہوتا ہے بعض اہم دیوانی مقدموں کی تفصیلات دینی ہوتی ہے۔ فوجداری مقدمات تو تقریباً ہر دن دائر ہوتے ہیں۔ چھوٹے موٹے جرائم سے متعلق مقدمے مقامی عدالتوں میں روز چلتے ہین جن کی خبریں روزانہ اخبارات میں درج کرنا ضروری ہے۔ سیشن کورٹ میں کوئی اہم دیوانی یا فوجداری مقدمہ چل رہا ہو تو کبھی آئے دن کی تفصیلات حاصل کرنا ضروری ہوتا ہے اور کبھی فیصلہ شائع کرنا اہم ہوتا ہے۔ ہائی کورٹ میں دیوانی اور فوجداری مقدموں کے علاوہ آئین کے نفاذ سے متعلق بھی مقدمے دائر ہوتے ہیں۔ مثلاً رٹ عرضیاں Writ Petitions ملک کی سب سے بڑی عدالت سپریم

کورٹ Supreme Court میں جو فیصلے ہوتے ہیں ان کی رپورٹنگ بڑی اہم ہوتی ہے۔

بعض اہم مقدموں میں مقدمہ شروع ہونے سے پہلے قارئین کو پس منظر سمجھانے کے لیے تمام تفصیلات کا خلاصہ دینا ہوتا ہے۔ گواہوں کی شہادت کے بارے میں کچھ نہ کچھ پیش گوئی کرنی ہوتی ہے۔ بڑے اخبارات قانونی امور کی رپورٹنگ کے لیے ماہر وکیلوں کی خدمات حاصل کرتے ہیں۔ قانونی معاملات کی اشاعت کے لیے حد درجہ احتیاط ضروری ہے۔ اگر ذرا سی غفلت ہوجائے تو اخبار پر ہتک عدالت Contempt of Court کے تحت مقدمہ دائر ہوسکتا ہے۔

ہتک عدالت کا قانون اس لیے بنایا گیا ہے کہ عوام اور خواص عدلیہ کا پورا پورا احترام کریں۔ عدالت کے فیصلوں کی خلاف ورزی نہ ہو۔ عدالت کی کاروائیوں میں مداخلت ہو۔ عدالت سے جاری کردی احکامات کی پوری طرح سے تعمیل ہو۔

کسی بھی فرد یا جماعت یا ادرہ یا اخبار سے کوئی ایسی حرکت سرزد نہ ہو جس سے عدالت کے رتبے کو دھکا لگتا ہو۔ ہر عدالت کی توقیر لازمی ہے۔ اپنی کسی لغزش سے یا تحریر سے صحافی عدالت کی توہین نہ کرے۔ عدلیہ کا تقدس ہمیشہ برقرار رہنا ضروری ہے۔ کسی بھی قانونی کاروائی پر نکتہ چینی کرنا یا کسی بھی نوعیت کی رکاوٹ ڈالنے کی کوشش کرنا قانون اور عدالت دونوں کی بے عزتی سمجھی جاتی ہے۔

عدالت کی توہین دو طرح سے ہونی ممکن ہے:

الف۔ عدالت کے کمرے میں عدالت کی توہین: اور

ب۔ عدالت کے باہر عدالت کی توہین۔

کبھی کبھی کسی خاص وجہ سے کسی اہم مقدمہ میں اخبار نویسوں کو عدالت میں

موجود رہنے کی ممانعت کردی جاتی ہے ۔ ایسے ممنوعہ حکم کے باوجود اگر اخبار نویس عدالت کے کمرہ میں داخل ہوجائے تو وہ توہین عدالت سمجھی جائے گی ۔ بعض مقدمات میں ملزمین کی تصاویر کھینچنے کی واضح ممانعت ہوتی ہے ۔ ایسے حکم کے باوجود اگر پریس فوٹوگرافر نے بھری عدالت میں کسی ملزم کی تصویر کھینچنے کی کوشش کی یا کھینچ لی تو اس پر ہتک عدالت کا الزام لگ جائے گا بعض مقدمے کسی خاص وجہ سے بند کمروں میں منعقد ہوتے ہیں اور حکم شائع ہوتا ہے کہ ایسی عدالتی کاروائی حد درجہ صیغہ راز میں رہے ۔ اگر کسی اخبار نے ایسی مخفی تفصیلات حاصل کرکے اپنے اخبار میں شائع کی تو وہ ہتک عدالت کا مرتکب ہوگا۔ عدالت کے کسی بھی حکم کی خلاف ورزی برداشت نہیں کی جاتی ۔

اخبارات چونکہ مقدموں کی روئداد کی اشاعت سے زیادہ تعلق رکھتے ہیں انہیں ہتک عدالت کے قوانین کی جکڑ بندیوں سے ہمیشہ بچے رہنے کے لیے کافی بیداری اور احتیاط کی ضرورت رہتی ہے ۔ کسی بھی عدالتیف کاروائی کی غلط تفصیلات شائع کرنا خلاف قانون ہے ۔ کوئی ایسی بات اخبار میں شائع نہ ہو۔ جس سے عدالت کے انتظامی امور میں دخل اندازی محسوس کی جائے ۔ عدالت ، جج وکیل فریقین اور گواہوں کے خلاف کوئی اہانت آمیز بات شائع نہ ہو۔

جب معاملہ کسی عدالت کے سامنے زیر سماعت ہوتو وہ اخبار کو چاہیے کہ اس کے بارے میں ایک لفظ بھی شائع نہ کرے کیونکہ اخبارات میں شائع ہونے والی تفصیلات سے عدالتی کاروائی میں کسی نہ کسی قسم کے تعصب کے پیدا ہونے کا احتمال رہتا ہے ۔ جب کوئی بھی معاملہ عدالت میں پہونچ جاتا ہےتو وہ عداتی معاملہ یا Sub Judice کہلاتا ہے اور اس پر تنقید و تبصرہ کرنے کی کسی کو جرات نہ ہونی

چاہیے۔ عدالت اپنی ذمہ داری نبھائے گی۔ اخبار اپنی ذمہ داریوں کا خیال کرے اور عدالت کی زمہ داریوں میں مدخلت کرنے سے باز رہے ورنہ کافی زحمت اٹھانی پڑے گی۔

کسی بھی مقدمے کی سلسلے میں دلائل، عرضیاں اور گواہوں کے بیانات شائع ہو رہے ہیں تو وہ بہت ضروری ہے کہ فریقین کی تفصیلات کو ایک ساتھ شائع کیا جائے۔ اگر یکطرفہ کاروائی ہو تو ہتک عدالت کا قانون عمل میں آجائیگا عدالتی کاروائی کی رپورٹ میں کسی بھی نوعیت کا تعصب نا قابل برداشت ہوتا ہے۔

عموماً ہر مقدمہ کی کاروائی کے بارے میں اخبارات میں رپورٹ چار حصوں میں شائع ہوتی ہے:

الف۔ مقدمے سے پہلے: تفصیلات، پس منظر وغیرہ

ب۔ مقدمے کا فیصلہ اور فیصلہ کے بعد کے حالات وغیرہ؛

اور

د۔ اگر فیصلے کے خلاف اپیل دائر ہوتی ہے تو اپیل وغیرہ کی ضروری تفصیلات، ہر عدالت کی یہی خواہش ہوتی ہے کہ اخبارات میں اس حد تک رپورٹ شائع جس سے عدالتی کاروائی پر کسی قسم کا اثر نہ پڑے۔ ہر عدالت کو یہ خوف لگا رہتا ہے کہ اگر اخبارات میں مقدمہ پر تنقید و تبصرہ ہو جائے تو اس سے متاثر ہو کر وکیل اور گواہ اپنے رجحانات بدل ڈالیں گے جس سے عدالتی کاروائی میں ضرور الجھن اور پریشانی پیدا ہوگی اور ممکن ہے کہ کچھ باتیں عدل و انصاف کی راہ میں بھی حائل ہو جائیں۔ کسی عدالت میں زیر سماعت مقدمے سے متعلق کوئی اہم دستاویز اخبار میں شائع کرنا ہتک عدالت ہے کیوں کہ اس سے مقدمے پر گہرا اثر پڑ سکتا ہے۔

کسی بھی عدالت میں بغیر اجازت، تصویریں لینا سخت منع ہے بعض اہم مقدمات میں اخباری فوٹوگرافروں کو عدالتی کمرہ میں تصویر لینے کی اجازت دیدی جاتی ہے۔ مثلاً مہاتما گاندھی کے قتل کے مقدمہ میں دوران عدالت میں مبینہ قاتلوں کی تصویریں لینے کی اجازت دی گئی تھی۔

جج، وکیل، یا گواہ کا مضحکہ اڑانے کی غرض سے کوئی کارٹون بھی اخبار میں شائع ہو تو وہ متعلقہ فرد کی نہیں بلکہ عدالت کی توہین سمجھی جائے گی۔ اخبارات کو واجبی تنقید کا حق حاصل ہے مگر عدالت کا فیصلہ صادر ہونے کے بعد تنقید کی جائے۔

تنقید فیصلے تک محدود رہے۔ جج کے ذاتی کردار پر کوئی حملہ نہ ہونے پائے۔ جج کو نالائق، رشوت خور، متعصب یا بد دیانت کہنا ہتک ہوگی۔ کسی بھی فیصلے کا مذاق اڑانا بھی غلط بات ہوگی کیونکہ اگر فیصلہ غلط ہے تو فیصلے کے خلاف اپیل کرنے کا حق متعلقہ افراد کو ہے اخبار کو نہیں۔

ہندوستان میں ہتک عدالت کے قوانین کو منضبط کرنے کے لیے 1952ء میں جو قانون منظور ہوا وہ XXXII of The Contempt of Court Act 1952 کہلاتا ہے۔ اس قانون کے تحت ہتک عدالت کے مجرم کو چھ ماہ تک کی سادہ سزا Simple Imprisonment دی جا سکتی ہے۔ یا جرمانہ زیادہ سے زیادہ دو ہزار روپیوں تک عائد کیا جا سکتا ہے یا سزا اور جرمانہ دونوں کا نفاذ ہوگا۔ اگر ہتک عدالت کا ملزم اپنی غلطی کا اعتراف کرتے ہوئے تسلی بخش طور پر معافی طلب کر لے تو الزام سے بری کیا جا سکتا ہے۔ تعزیرات ہند میں پہلے ہی سے دفعہ 228 موجود ہے جس کے تحت کسی بھی عدالتی افسر کی ہتک کرنے والے کو چھ ماہ کی قید سنائی جا سکتی ہے یا جرمانہ عائد کیا جا سکتا ہے۔ اگر کسی اخبار نے ہتک عدالت کے جرم میں ملوث

ہونے کے باوجود اعتراف جرم اور معافی مانگنے سے انکار کیا تو عدالت اپنی ہتک کے مقدمے میں کے مقدمے میں اخبار سے کوئی رعایت نہیں برتتی۔ ہتک عدالت کے مقدمے میں سچائی اور حق گوئی کی کوئی مدافعتی تدبیر کارگر نہیں ہوتی۔

سنسر شپ

سنسر شپ احتساب یا نظارت کہلاتی ہے۔ سرکاری طور پر کتابوں، تماشوں، خبروں یا دیگر معلومات کو مخرب الاخلاق باغیانہ یا نا مناسب قرار دینے والا افسر محتسب کہا جاتا ہے۔ پرانے زمانے میں محتسب یا سنسر Censor اس رومی مجسٹریٹ کا عہدہ تھا جو شہریوں کی مردم شماری اور ان کی فہرست رکھتا تھا اور اخلاق عامہ کی نگرانی کرتا تھا۔ گذشتہ دو ڈھائی سو سالوں میں تقریباً ہر جگہ سنسر شپ Censorship سے آزادی حاصل کرنے کی خواہش بڑھتی جارہی ہے۔ ہر ملک میں ہر صحافی کی یہ دلی خواہش ہے کہ اسے خبریں جمع کرنے سے رائے زنین کی مکمل آزادی اور خودمختاری نصیب رہے، غیر جمہوری حکومتوں کا اصرار ہے کہ احتساب کا سلسلہ جاری ہے۔ آمرانہ سلطنتوں کے سربراہ چاہتے ہیں کہ اطلاعات کی ترسیل پر سخت قابو رہے۔ جمہوری قائدین ہر طرح کے اظہار رائے کے حامی ہوتے ہیں۔ یہ ایک نظریاتی کشمکش ہے جو ہمیشہ ایک مسئلہ بنی رہتی ہے۔ دنیا میں کئی ترقی پسند خیالات اسی وجہ سے مقبول ہوئے ہیں کہ ان کی تبلیغ اور تشہیر پر پہرے نہیں بٹھائے گئے تھے۔

اٹھارویں صدی سے لوگ وسیع النظری کے حامی بنے ہوئے ہیں حریت پسندی

اٹھارویں صدی سے لوگ وسیع النظری کے حامی بنے ہوئے ہیں۔ حریت پسندی کا بول بالا ہے۔ مکمل آزادی کے نظریات قدیم فلسفیوں میں بھی پائے جاتے ہیں مگر عملی

طور پر اس کے لیے سترھویں اور اٹھارویں صدی میں مطالبات سامنے آئے۔عوام پر مذہب کی دیرینہ گرفت سے چھٹکارا پانے کی لگن یورپی اقوام میں بڑھنے لگی۔ تجسس کا رویہ جڑ پکڑتا گیا۔سیکولر نظریات کی حوصلہ افزائی ہونے لگی۔روحانی اقدار کی جگہ سماجی اقدار کو زیادہ وقعت دی جانے لگی۔جغرافیائی دریافتوں نے دنیا کی وسعت میں اضافہ کیا۔قبائلی زندگی سے نکل کر لوگ زیادہ مہذب طریقوں کو اپنانے لگے۔سائنسی معلومات نے حیرت انگیز انقلابات کی بنا ڈالی۔فلسفوں کی جگہ عملی تجربات کو زیادہ اہمیت نصیب دی گئی۔سیاسی اور اقتصادی میدانوں میں متوسط طبقہ زیادہ دلچسپی لینے لگا۔عقائد سے زیادہ حقائق کو رتبہ بخشا گیا۔عوام جدید فلسفی خیالات سے زیادہ متاثر ہونے لگے۔جان لاک نامی مفکر نے اس نظریہ کی سفارش کی کہ حکومت عوام کی رضامندی کے ساتھ قائم اور مستحکم ہو۔اس بات پر زور دیا گیا کہ ہر انسان کو زندگی، آزادی اور ملکیت کا بنیادی اور قدرتی حق حاصل ہے۔عوامی قبولیت کے ساتھ زیادہ سے زیادہ سماجی اداروں کے قیام اور استحکام کا سلسلہ شروع ہوا۔ مذہب کی بنیاد پر قائم حکومتیں زوال پذیر ہوئیں۔خیالات اور رجحانات میں ہوش مندی، تمیز اور معقولیت کو زیادہ اہمیت دی جانے لگی۔انگلستان میں صنعتی انقلاب آیا۔امریکہ میں سماجی انقلاب نے رنگ جمایا۔فرانس میں آزادی مساوات اور اخوت کے نعروں کی گونج نے انقلاب کو کامیاب بنایا۔تجارت روز افزوں ترقی کرنے لگی۔ صنعت وحرفت نے کئی مغربی ممالک کی تقدیریں بدل ڈالیں۔انگلستان میں مشہور ماہر اقتصادیات آدم اسمتھ نے انسانی معاملات میں حکومتی مداخلت کی مخالفت شروع کی۔فرانس میں زمینداری کے خلاف آوازیں بلند ہونے لگیں اور ساتھی ہی حکومتی دخل اندازی کی ملامت ہونے لگی۔ ہر جگہ ایسے موقعوں کے لیے مطالبات

بڑھنے لگے جن سے عوام میں خوشحالی بڑھے اور انسانی زندگی ہر عملی میدان میں ترقی سے ہمکنار رہو۔ صنعت کاروں نے اقتصادی آزادی پر زیادہ زور دیا۔ انفرادی فلاح و بہبود کی خواہش جگائی گئی۔ ان نئے خیالات سے کئی مرحلے بھی اٹھ کھڑے ہوئے۔ عجیب مسائل سے الجھنوں میں اضافہ ہوا۔ کچھ لوگ قدامت پرستی میں عافیت دیکھنے لگے۔ بعض نئے نظریات سے فیض حاصل کرنے میں مصروف ہو گئے۔ جدید خیالات کی روشنی میں انفرادی آزادی کی برکتوں پر بحث و مباحثہ ہونے لگا، آزادی کو ایک نیا مذہب کہا گیا۔ نئے زمانہ کے اس نئے مذہب کی مقبولیت بڑھتی ہی گئی۔ ادیبوں نے اس نظریئے کو اپنی تحریروں سے تقویت بخشی۔ شاعروں نے آزادی کے نغمے تخلیق کیے۔ اخبارات نے بھی آزادی کی برکتوں کا اعتراف کیا۔

آمریت پسند حکومتوں میں معاشی تحفظ و ترقی کی خاطر سیاسی آزادی کو بھینٹ چڑھا دیا جاتا ہے۔ جمہوری حکومتیں اس بات پر یقین رکھتی ہیں کہ غور و فکر اور بحث و مباحثہ کی آزادی سے انفرادی آزادی کامل ہوتی ہے۔ انسانوں کے لیے کہیں بھی مجتمع ہونے کی آزادی ضروری ہے۔ گفتگو اور تحریر کی مکمل آزادی ہی سے ہر ہوش مند اور دانش مند انسانوں کی ذہنی یکسوئی نصیب ہوتی ہے۔ اخباری سنسر شپ ایک ایسی رکاوٹ ہے جو ذی فہم انسانوں کی تحریر پر سخت بندشیں عائد کرتی ہے۔ مضمون نگار کے مضمون میں مدیر کی جانب سے کوئی ترمیم یا تنسیخ ہوتی ہے تو وہ ہرگز برا نہیں مانتا مگر جب مضمون نگار کو معلوم ہوتا ہے کہ اس کی تحریر پر کسی سرکاری محتسب نے نظر ثانی کی ہے تو وہ یہ محسوس کرتا ہے کہ اس کی روح پر درے لگائے جا رہے ہیں۔

آزادی سے پہلے ہندوستان میں اخبارات پر سنسر شپ عائد کرنے کا رواج بہت عام تھا۔ برطانوی حکومت چاہتی تھی کہ نو آبادیاتی نظام کے بارے میں کوئی

رائے زنی نہ ہو۔ جنگ آزادی کے جوش کو ختم کرنے کے لیے انگریزوں نے اخبارات پر طرح طرح کے ظلم ڈھائے۔ ہندوستانی اخبار نویسی کی تاریخ کے صفحات برطانوی حکومت کی اخبار دشمن پالیسیوں کے سینکڑوں واقعات سے پر ہیں۔

پہلی اور دوسری عالمگیر جنگ کے دوران سنسر شپ قوانین بہت سخت کر دیے گئے تھے۔ ہندوستانی اخبارات سے بڑی بھاری رقمیں ضمانت کے طور پر طلب کی جاتی تھیں اور بحق سرکار ضبط ہوا کرتی تھیں 1947ء سے پہلے ملک کے سینکڑوں چھوٹے بڑے اخبارات نے سنسر شپ کی وجہ سے کافی مصائب کا سامنا کیا ہے۔

حصول آزادی کے بعد قومی ایمرجنسی کے دنوں میں سنسر شپ جاری تھی اور اخبارات کو ایسے مقالے اور اداریے سرکاری احتساب کے لیے بھیجنے ہوتے تھے جن میں رائے کا اظہار ہوتا تھا۔ پانچویں صدی قبل مسیح میں رومن سینیٹ Roman Senate کی جانب سے معین کردہ سنسر Censor اخلاق و عادات، ملبوسات، اشیائے خورد و نوش اور نجی ریوں کی بھی نگرانی کرتے تھے۔ محتسب کو جرمانے عائد کرنے کا بھی حق حاصل تھا اور بعض معاملات میں وہ سخت سزائیں سنا کر ملزمین کو قید خانے بھیج دیتے تھے۔

جدید سنسر شپ میں خیالات کی منتقلی پر زیادہ توجہ دی جاتی ہے۔ یہ احتیاط برتی جاتی ہے۔ کہ اخبارات و رسائل کے ذریعہ عوام میں باغیانہ اداروں کی پرورش نہ ہونے پائے۔ ہر حکومت یہ یقین کرلینا چاہتی ہے کہ ملک میں کوئی حکومت مخالف Anti. Government تحریک نہیں چلی رہی ہے۔

بعض اوقات کسی اخبار یا رسالہ میں کسی مخرب اخلاق یا حکومت مخالف باغیانہ مواد کے شائع ہونے پر احکامات جاری کیے جاتے ہیں کہ فلاں اخبار یا رسالہ کی

فلاں تاریخ کی اشاعت ممنوع قرار دی گئی ہے ۔لہذا مذکورہ تمام پرچے بحق سرکار ضبط کر لیے جائیں ۔محکمہ پولیس کو اجازت دی جاتی ہے کہ وہ اخبار فروشوں کی دوکانوں پر چھاپے مار کر معتوب اخبارات و رسائل کی کاپیاں ضبط کر لیں ۔کبھی کسی اخبار یا رسالہ کا داخلہ کسی ریاست یا علاقہ میں ممنوع قرار دیا جاتا ہے ۔جس قانون کے ذریعہ طباعت سے پہلے ہی خبروں یا مضامین کا احتساب کیا جاتا ہے اسے عام طور سے پری سنسر شپ Pre. Censorship یا پیشگی احتساب کہتے ہیں ۔

ہندوستان میں مشتبہ خطوط کی سنسر شپ برسوں سے جاری ہے فلموں کی سنسر شپ تو لازمی ہے مگر آج کل لفظ سنسر سے اجتناب کیا جارہا ہے ۔سنٹرل بورڈ آف فلم سنسر کا نام بدل کر سنٹرل بورڈ آف فلم سرٹیفکیشن

Central Board of film Certification رکھ دیا گیا ہے ۔

اس محتسب ادارہ کی سرٹیفکیٹ کے بغیر کوئی متحرک تصویر ہندوستان میں دکھائی نہیں جا سکتی ، یہاں تک کہ حکومت کی جانب سے تیار کی جانے والی فلم ڈویژن کی دستاویزی فلمیں اور نیوز ویل News Reel بھی بغیر سنسر سرٹیفکیٹ کے کہیں بھی نمائش کے لیے پیش نہیں کی جا سکتی ۔فلم دکھانیک سے پہلے نمائش کی اجازت کی سرٹیفکیٹ بھی پردے پر دکھانا لازمی ہے ۔ٹیلی ویژن پر فلم دکھانے سے پہلے سرٹیفکیٹ دکھانا ضروری ہے ۔نئی ویڈیو فلمیں بھی سنسر کی سرٹیفکیٹ کے ساتھ ہی عوام کے سامنے پیش کی جا سکتی ہیں ۔

امن کے دنوں میں ہندوستان میں اخبارات پر سنسر شپ قوانین نافذ نہین رہتے ، ملک کے تحفظ کی خاطر صرف ایسے دنوں میں سنسر شپ نافذ کر دی جاتی ہے جب ملک پر کسی دشمن ملک کی جانب سے جارحانہ کاروائی جاری ہو ۔قومی حفاظت کی

خاطر آزاد قوموں میں ایمرجنسی حالات میں سنسرشپ قوانین کا احترام کیا جاتا ہے۔ یہ طے ہے کہ جدید جمہوری ممالک میں سنسرشپ ناگزیر حالات ہی میں نافذ کی جاتی ہے۔

کاپی رائٹ قوانین

کاپی رائٹ copyright کسی بھی مصنف کا وہ حق ہے جو اپنی تخلیق کے لیے محفوظ کر سکتا ہے۔ کاپی رائٹ کے تحفظ کی نشان دہی کے لیے اردو زبان میں جملہ حقوق محفوظ لکھنے کا رواج قدیم اور عام ہے۔ کسی بھی قلم کار کو اس کے رشحات قلم کی پوری ملکیت حاصل رہتی ہے۔ خیالات اور حقائق پر کسی کی اجارہ داری نہیں ہوسکتی مگر طرز تحریر کے لیے قانونی حفاظت کی ضمانت ہے۔

افسانے، ناول، ڈرامے، منظر نامے، کتابیں ل، رسالے اخباری مضامین، ٹائپ کے نمونے، نقشے، مصوری کے کارنامے عمارتوں کے نمونے، فلمیں ویڈیو فلمیں وغیرہ کاپی رائٹ قوانین کے تحت محفوظ کی جاسکتی ہیں۔ اپنی ہر تخلیق کوشش کی مکمل اجارہ داری کے لیے ہر مصنف، ادیب، شاعر صحافی، مکالہ نگار، ڈرامہ نویس، مصور، موسیقار، فلم پروڈیوسر، غرض ہر تخلیقی فنکار کاپی رائٹ قوانین سے استفسادہ کر سکتا ہے۔ کسی کو حق نہیں پہنچتا کہ کسی بھی فنکار کے خون جگر سے سینچی ہوئی تخلیقات کو اپنی بتائے یا اس کی نقل کر کے خود تو مزے اڑائے اور اصلی خالق کو محروم کر دے۔ کسی بھی ادبی تخلیق کی کامیابی سے متاثر ہو کر اسکی نقل کرنا یا جعلی سازی کے خلاف کاپی رائٹ قوانین کے تحت قانونی کاروائی کی جاسکتی ہے۔ ادبی سرقوں کا تدارک کاپی رائٹ قوانین کے ذریعہ ہی ممکن ہے۔

سب سے پہلا کاپی رائٹ قانون انگلستان میں ملکہ اینی Queen Anne کے

دورِ حکومت میں نافذ ہوا۔ اہم کتابوں کے مسروقہ ایڈیشن فروخت ہونے لگے تو ناشرین نے شکایت کی کہ ایسے ادبی قزاقوں سے نجات دلائی جائے چنانچہ برطانوی پارلیمنٹ نے 1709ء میں ایک قانون بنایا جس کی رو سے کتابوں کے نقلی ایڈیشن طبع کر کے فروخت کرنے پر سخت ممانعت عائد کر دی گئی۔ جس میں کہا گیا کہ ایسے سرقہ سے مصنفین اور ان کے خاندانوں کی روزی پر ڈاکہ پڑ رہا ہے۔ کاپی رائٹ قانون کی غرض و غایت یہ بتائی گئی کہ اس سے عالموں اور دانشوروں کی حوصلہ افزائی مقصود ہے تاکہ وہ اپنی محنت سے بہتر تخلیقات عوام کے سامنے پیش کریں۔ ہر مصنف کو حق دیا گیا کہ وہ اپنی تخلیقات خود طبع کروائے یا حقوق اشاعت کسی ناشر کو فروخت کرے۔ پہلے پہل یہ حقوق صرف 14 سال کے لیے دیئے گئے۔ پھر 28 سال کے لیے یہ حقوق عطا کیے گئے۔ کچھ دنوں بعد یہ بڑھائی گئی تاکہ جملہ حقوق مصنف کو تاحیات حاصل رہیں۔ پھر ترمیم ہوئی اور کہا گیا کہ کاپی رائٹ کی معیاد 42 سال سے زیادہ نہ ہو۔ بعد میں ایک اور حکم جاری ہوا کہ مصنف کی موت کے سات سال تک یہ حقوق جاری رہیں گے۔ 1911ء میں کاپی رائٹ ایکٹ Copyright Act منظور ہو تو اگلے تمام قوانین میں تبدیلی ہوئی اور یہ منظور ہوا کہ تمام حقوق مصنف کے انتقال کے پچاس سال بعد تک باقی رہیں گے۔ چونکہ ہندوستان میں کم وبیش تمام قوانین انگلستان کے قوانین سے ماخوذ رہے ہیں یہاں بھی یہ قانون جاری ہوا کہ مصنف کی زندگی تک مصنف تمام حقوق سے استفسادہ کر سکتا ہے۔ اور اس کے انتقال کے بعد پچاس سال کی مدت تک یہ حقوق مصنف کے وارث یا ورثا کو حاصل رہتے ہیں۔ مصنف کے انتقال کی صحیح تاریخ کے پورے پچاس سال بعد کاپی رائٹ حقوق کا خاتمہ ہو جاتا ہے۔ اس کے بعد ہر کوئی وہ کتاب بغیر اجازت لیے یا معاوضہ

دے شائع کر سکتا ہے۔

اس طرح، دیوان غالب آج ہر کوئی چھاپ سکتا ہے۔ شیکسپیر کے ڈراموں کے متن کی طباعت کے لیے کسی کی اجازت لینے کی ضرورت نہیں۔

کاپی رائٹ وہ مکمل حق ہے جس کے استعمال سے مصنف اپنی تخلیقات کو کسی بھی صورت میں طبع کر سکتا ہے خود نقل کر سکتا ہے یا دوسروں کو نقل کرنے کی اجازت دے سکتا ہے خود اس سے ہر طرح کا استفادہ کر سکتا ہے اور دیگر استفادہ کرنے والے خواہش مندوں کو مفت یا معاوضہ لے کر ضروری اجازت دے سکتا ہے۔ کاپی رائٹ ایک جاگیر یا جائیداد کی طرح ہے۔ اپنے وصیت نامہ میں مصنف یہ حقوق جسے چاہے دے سکتا ہے۔ کسی فرد یا ادارہ یا جماعت یا قوم کو یہ حقوق بخشے جا سکتے ہیں کاپی رائٹ کے تحت ترجمہ کرنے کے لیے بھی اصل مصنف سے تحریری اجازت لینی ہوتی ہے کسی افسانہ یا ناول پر فلم بنانے سے پہلے متعلقہ افسانہ نگار یا ناول نویس سے رابطہ قائم کرنا پڑتا ہے۔ غزلوں، نظموں وغیرہ کے لیے بھی متعلقہ شاعر یا مرحوم شاعر کے ورثا کی اجازت ضروری ہے۔ کاپی رائٹ کا حق ہر اصلی، ذاتی مخترع یعنی طبع زاد تخلیق پر حاصل رہتا ہے۔

کسی تقریر کی رپورٹ پر نامہ نگار کا حق ہوتا ہے مقرر کا نہیں کیونکہ رپورٹ نامہ نگار کی تخلیق ہوتی ہے۔ عدالتوں کا فیصلہ ہے کہ نامہ نگاری کوئی میکانیکی عمل نہیں ہے۔ رپورٹ لکھنے میں بھی نامہ نگار کا ذہن کام کرتا ہے اور اس کی تخلیقی کاوش کا صلہ نامہ نگار ہی کو ملنا ضروری ہے۔ جو بھی تقریر کسی عام جگہ ہوتی ہے اسکی رپورٹ اخبار میں شائع کرنے کا نامہ نگار کو پورا پورا حق حاصل ہے۔ بشرطیکہ پیشگی اطلاع کے ذریعہ یہ واضح ممانعت کر دی گئی ہے کہ تقریر کا تذکرہ اخبارات میں نہ ہو۔ سیاسی

تقریروں کی رپورٹ شائع کرنے کی پوری آزادی ہے۔

یہ بات ہمیشہ یاد رہے کہ خبروں کی کاپی رائٹ نہیں ہوتی۔ ہر خبر پر ہر کسی کا حق ہے۔ مگر یہ ضرور یاد رہے کہ خبر لکھنے کی طرز پر کاپی رائٹ قانون کا اطلاق ہوتا ہے۔ سرخیوں تک کا کاپی رائٹ حق محفوظ کیا جا سکتا ہے۔

کسی کتاب پر تبصرہ کرتے وقت متعلقہ کتاب کے کسی جملے یا پیراگراف کو نقل کرنے سے کاپی رائٹ کی حق تلفی نہیں ہوتی۔ کسی ڈرامے یا کسی فلم کے مکالمے کو اخباری تبصرہ میں شامل کرنے سے کاپی رائٹ حقوق پر ڈاکہ نہیں سمجھا جاتا۔ تنقید، تبصرہ اور اخباری خلاصہ میں کسی بھی اہم سطر یا پیراگراف کو نقل کرنے کی رعایت حاصل رہتی ہے۔

ہندوستان میں کاپی رائٹ سے متعلق جو آج کل قانون نافذ ہے وہ دی کاپی رائٹ ایکٹ، (ایکٹ نمبر 14 آف 1957) The Copyright Act (Act 14 of 1957) کہلاتا ہے۔ یہ پندرہ ابواب پر مشتمل ہے اور اس میں جملہ 79 دفعات ہیں۔ یہ قانون 21 جنوری 1958ء سے نافذ ہے۔

کاپی رائٹ ایکٹ کی دفعہ 2 میں اس قانون میں مستعمل اصطلاحات کی وضاحت ہے۔ دفعہ 3 میں لفظ اشاعت واضح کیا گیا ہے۔ دفعہ 9 کے تحت ایک دفتر کاپی رائٹ آفس کے نام سے قائم کیا گیا ہے جس کے سربراہ کو رجسٹرار آف کاپی رائٹ کا عہدہ دیا گیا ہے۔ دفعہ 11 میں ایک متعلقہ ادارے بنام کاپی رائٹ بورڈ Copyright Board کی تشکیل کی گئی جس کے سربراہ کو چیرمین آف کاپی رائٹ بورڈ، کا عہدہ دیا گیا ہے۔ دفعہ 12 میں کاپی رائٹ کے اختیارات اور طریقہ عمل کی تفصیلات دی گئی ہیں۔

باب سوم میں دفعہ 13 ایک اہم دفعہ ہے جس میں یہ صراحت کی گئی ہے کاپی رائٹ حقوق کسے حاصل ہیں۔ دفعہ 14 میں اصطلاح کاپی رائٹ پوری وضاحت کے ساتھ مذکور ہے۔اس کی رو سے ہر ادبی تمثیلی اور موسیقی کی تخلیق کے حقوق ادیب ، ڈرامہ نویس یا موسیقار کو حاصل رہتے ہیں۔وہ جس طرح چاہے اپنی تخلیقات کا جائز استعمال کرسکتا ہے۔عوام میں وہ اپنی فنی تخلیقات کا مظاہرہ کرسکتا ہے یعنی کتاب شائع کرسکتا ہے۔ڈرامہ اسٹیج پر پیش کرسکتا ہے یا موسیقی کی دھنیں دہرا سکتا ہے۔اپنی تخلیقات کو شائع کرنے ، بار بار شائع کرنے ، اسٹیج یا فلم کے پردہ پر پیش کرنے یا اس کا ترجمہ کرنے یا ترجمہ کے حقوق کسی کو تفویض کرنے کا حق تخلیق کار کو پوری طرح حاصل رہتا ہے۔وہ چاہے تو اپنی تخلیقات کے ریکارڈ تیار کرسکتا ہے یا کروا سکتا ہے۔ وہ ریڈیو ٹیلی ویژن وغیرہ یا کسی اور وسیلے سے اپنی تخلیقات کی نشر و اشاعت کے جملہ حقوق کا مالک ہے۔وہ اپنی مرضی سے اپنی تخلیق کو کسی بھی من پسند طریقے سے اپنا سکتا ہے یا دوسروں کو اپنانے کا حق عنایت کرسکتا ہے یا فروخت کرسکتا ہے۔

چوتھے باب میں موجود دفعہ 17 کے تحت بھی تحریر کا لکھنے والا اپنی تحریر کا پہلا مالک قرار دیا گیا ہے۔ دفعہ 18 کے تحت مصنف کو یہ مجاز ہے کہ اپنی لکھی گئی یا مستقبل میں لکھی جانے والی تصنیف کے حقوق جسے چاہے ودیعت کرسکتا ہے چاہے یہ حقوق کامل طور سے دیئے جائیں یا کسی طے شدہ معاہدہ کی رو سے محدود یا مشروط ہوں۔ دفعہ 19 کے مطابق کاپی رائٹ حقوق تحریری طور پر باقاعدہ دستخط کے ساتھ تفویض کیے جائیں۔مصنف کی جانب سے دستخط کا استحقاق رکھنے والا فرد ایسے حقوق تفویض کرسکتاہ۔وصیت نامہ میں حقوق کی بخشش کا تذکرہ دفعہ 20 میں واضح ہے۔اگر کوئی مصنف اپنے حقوق سے اپنی خود کی مرضی سبکدوش ہونا چاہتا ہے تو دفعہ 21 میں اس

کی صراحت ہے۔

کاپی رائٹ ایکٹ باب پنجم کی دفعہ 22 ایک اہم ترین قانونی شق ہے کیونکہ اس میں یہ وضاحت کی گئی ہے کہ کسی بھی ادبی ڈرامائی موسیقارانہ فنکارانہ تخلیق علاوہ فوٹوگراف کے مصنف کی زندگی میں اس کی ملکیت رہتی ہے اور اس کے انتقال کی تاریخ کے اگلے کیلنڈر سال کے آغاز سے مکمل پچاس برس تک یہ حق اسی مصنف کا سمجھا جاتا ہے۔

اگر کوئی کتاب دو مصنفین نے مشترکہ طور پر لکھی ہے تو جو مصنف آخر میں انتقال کرے گا اس کے انتقال کی تاریخ سے کاپی رائٹ حقوق کا حساب لگایا جائے گا۔ گمنام اور بے نام تخلیقات کے سلسلہ میں قوانین دفعہ 23 میں درج ہیں جن مطبوعات کے حقوق حکومت کے پاس ہیں اس کے بارے میں دفعہ 28 کا کہنا ہے کہ پہلی اشاعت کے اگلے سال کے پچاس برس بعد تک حکومت کی ملکیت باقی رہے گی۔

باب دہم میں درج شدہ دفعہ 44 کے تحت ہندوستان میں کاپی رائٹ آفس میں ایک دفتر یعنی رجسٹر رکھا گیا ہے جس میں کاپی رائٹ شدہ کتابوں کے نام مصنفین کے نام، ناشرین کے نام اور کاپی رائٹ کے مالکان کے نام باضابطہ طور پر رجسٹر کر لیے جاتے ہیں۔ دفعہ 44 سے 49 تک ایسی رجسٹری کی کاروائی کی تفصیلات پر روشنی ڈالی گئی ہے۔ رجسٹری کے لیے ضروری فارم پر کرنے ہوں گے۔ دفعہ 50 کے تحت ضروری تصحیح، ترمیم یا اضافہ کی سہولت دی گئی ہے۔

گیارہویں باب میں کاپی رائٹ حقوق کی خلاف ورزی سے متعلق ضوابط کا تذکرہ ہے۔ بارہویں باب میں قانونی رعایات کی توضیح ہے۔ تیرہویں باب میں

کاپی رائٹ قوانین سے متعلق سرزد ہونے والے جرائم اور سزاؤں کی تفصیل ہے چودھویں باب میں نا انصافیوں کا مقابلہ کرنے کے لیے اپیل وغیرہ کے ضوابط درج ہیں۔ پندرہویں باب میں بقیہ معاملات پر ضروری تفصیلات کی صراحت ہے۔

کاپی رائٹ ایکٹ پر عملدرآمد کی کاطر چند ضروری ضوابط بھی پارلیمنٹ سے منظور کیے گئے ہیں جو وہی کاپی رائٹ رولز The copyright rules of 1958 کہلاتے ہیں۔ اس میں نو ابواب ہیں اور دفعات کی تعداد 28 ہے۔ چند ضروری فہرستیں اور رجسٹرار آف کاپی رائٹس، نئی دہلی کے نام بھیجی جانے والے درخواستوں کے نمونے بھی دیے گئے ہیں۔

ہندوستان میں نافذ ایک اور کاپی رائٹ ضابطہ ہے جو انٹرنیشنل کاپی رائٹ آرڈر International copyright order 1958 کہلاتا ہے۔ یہ 21 جنوری 1958ء سے نافذ ہے۔ برنے Berne مقام میں ایک اہم بین الاقوامی اجتماع منعقد ہوا جس میں کئی مما لک کے نمائندوں نے شرکت کی تھی اس میں عالمی سطح پر کاپی رائٹ قوانین کے احترام اور نفاذ پر تبادلہ خیال ہوا تھا۔

آزادی اخبارات

اطلاعات اور معلومات حاصل کرنے کی آزادی عوام کا بنیادی حق ہے۔ تمام انسانی حقوق کے تحفظ کے لیے آزادی کا موجود ہونا ضروری ہے۔ قومی اور بین الاقوامی معاملات میں رائے قائم کرنے اور رائے کے اظہار کی مکمل آزادی ہر شہری کو ملنی ضروری ہے اس کے بغیر دنیا میں امن کا قیام مشکل ہے عصری زندگی میں سماجی ،سیاسی ، ثقافتی ،اقتصادی اور ہمہ رخی ترقی کے لیے اخبارات کی آزادی بہت اہم ہے۔ ہر اخبار کو خبریں جمع کرنے ،ایک جگہ سے دوسری جگہ بھیجنے کی پوری آزادی ملنی

ضروری ہے۔ تمام صحافی بغیر کسی رکاوٹ کے خبریں جمع کرنے اور انہیں پھیلانے کا حق رکھتے ہوں۔

دنیا بھر کے صحافی اس بات کے لیے ہمیشہ کوشاں رہتے ہیں کہ انہیں یہ بنیادی انسانی حق پوری طرح حاصل رہے جس کی مدد سے وہ اپنے فرائض زیادہ سہولت کے ساتھ انجام دے سکیں۔ جمہوری ممالک بغیر کسی ہچکچاہٹ اس آزادی کی حمایت او رسرپرستی کرتے ہیں۔ جن امور سے ملک کے دفاع کو خطرہ لاحق ہوسکتا ہے ان کی اشاعت کو چھوڑ کر ہر معاملہ اخبار میں شائع کرنے کی مکمل آزادی ضروری سمجھی جاتی ہے۔

ہر انسان کو غور وفکر اور خیالات کی پوری آزادی رہے۔ رائے قائم کرنے اور اپنی رائے کو ظاہر کرنے میں کسی قسم کی ممانعت نہ ہو۔ ہر قسم کی اطلاع حاصل کرنے کی سہولت رہے۔ معلومات جمع کرنے کی کوئی حد مقرر نہ ہو۔ اشاعت کے لیے خبریں جمع کرنے والے صحافیوں کو وسائل سے قربت رہے تو وہ زیادہ تیز رفتاری سے اطلاعات جمع کرکے نشرواشاعت کا بیڑہ اٹھا سکتے ہیں۔ معلومات حاصل کرنے کے لیے مختلف مقامات کا دورہ کرنے میں بھی آسانی اور آزادی کا ہونا ضروری ہے۔ خبروں کے مسودوں کو کسی بھی ذریعے سے ایک مقام سے دوسرے مقام تک بھیجنے میں کسی قسم کی دقت نہ رہے۔ دوسروں کے حقوق میں مداخلت کیے بغیر جس حد تک آدمی مصروف رہنے کی کوشش کرے ایسی مصروفیت میں اسے تمام طرح سے آرام اور چین اور ذہنی سکون نصیب رہے۔ قانون کا احترام کرتے ہوئے وہ جس طریقہ سے بھی کام کرنا چاہے اس پر اعتراض نہ کیا جائے۔ ہر جمہوری حکومت کا فرض ہے کہ وہ اطلاعات کی فراہمی کے طریقوں کا معیار بلند کرکے اطلاعات چاہنے والوں

کے ساتھ ہر ممکنہ تعاون کرے ۔عوام کومختلف رائیں ملتی رہیں کیونکہ یکطرفہ خیالات سے تعصب بڑھنے کا اندیشہ رہتا ہے۔اخبارات اورخبر رساں ایجنسیوں کا یہ فرض منصبی ہے کہ وہ حق پرمبنی اطلاعات اورمعلومات کی اشاعت کریں۔ بین الاقوامی مسائل اسی وقت زیادہ سہولت اور تیز رفتاری سے حل ہو سکتے ہیں جب اطلاعات کی فراہمی میں کسی قسم کی روک ٹوک نہیں ہے ۔اطلاعات چاہنے والوں اوراطلاعات پہنچانے والوں کے درمیان باہمی تعاون کے جذبات پروان چڑھیں۔اشتراک عمل اوررفیقانہ جذبات کی ہمت افزائی کے لیے صحافیوں کی زیادہ سے زیادہ انجمنیں قائم ہوں اوروہ سرگرمی سے کام کریں۔

صحافت کے سامنے سب سے اہم سوال آزادی اظہار کا رہا ہے۔آزادی اخبارات کے بغیر سیاسی آزادی نامکمل سمجھی جاتی ہے۔یہ یقین کیا جاتا ہے کہ جہاں اخبارات آزاد ہیں وہاں سب کچھ آزاد ہے جس معاشرہ میں عوام کونظریات کی وضاحت سے روکا جاتا ہے وہ معاشرہ آزاد کہلانے کا مستحق نہیں۔جہاں خیالات کے اظہار کی پوری آزادی ہے۔وہاں ایک آزاد معاشرہ کی بقااورترقی ممکن ہے۔ اظہار رائے کی آزادی کا رتبہ اعلیٰ اورارفع ہے۔یہ آزادی تمام آزادیوں کی محافظ اوردیگر تمام آزادیوں کے قیام اوراستحکام کی ضامن سمجھی جاتی ہے۔

ہراخبار کو خارجی دباؤ سے چھٹکارانصیب رہے۔نہ حکومت اخبار کی پالیسی پراثر انداز ہو اور نہ مشتہرین اپنے رسوخ سے اخبار کے رجحانات میں تبدیلی لانے کی کوشش کریں۔ ہراخبار کی آزادی رہے کہ وہ تقریباً ہر معاملہ میں اپنی پسند کا رویہ اختیار کرے۔عوامی خدمات کے لیے ہرادارہ اپنے لیے علیحدہ راہیں اختیار کرتا ہے۔ایک آزاداور بلند نظر سماج کے لیے اخبار کئی طریقوں سے کام کرسکتا ہے اورا سے

مصروف رہنے کا پورا حق اور آزادی رہے تو وہ زیادہ منظم اور موثر طریقہ پر اپنی کارگذاری سے اغراض و مقاصد میں کامیابی حاصل کرسکتا ہے۔

آزادی سے ہرگز یہ مطلب نہ لیا جائے کہ اخبارات کو ہر قسم کی چھوٹ دیدی گئی ہے۔اخبارات سماج کے جواب دہ ہیں۔وہ من مانی نہیں کر سکتے۔آزادی ایک رعایت ہے اور اسے ایک عام اور کام اجازت سمجھ کر دھاندلی نہیں مچائی جاسکتی۔ آزادی کے باوجود اخبارات کو اخلاقی اور قانونی حدود میں رہ کر کام کرنا ہوتا ہے۔ صحافیوں کی کامیابیوں اور ناکامیوں پر عوام کی نظریں ہمیشہ لگی ہوئی ہوتی ہیں۔اخبار نویس کے کسی بھی غلط قدم پر عوام بھی چراغ پا ہو سکتے ہیں اخبارات کی آزادی صرف ذمہ داری سے استعمال کی جاسکتی ہے۔پریس کی آزادی اخلاقی حدود سے باہر نہیں جاسکتی۔آزادی کے باوجود اخبارات کی آوارگی کی باز پرس کی جاسکتی ہے۔

اپنی تمہید میں ہی ہندوستان کا آئین یہ وضاحت کرتا ہے کہ ہر ہندوستانی باشندے کے لیے خیال اظہار، عقیدے دین اور عبادت کی آزادی ہوگی۔یقین دہانی بھی موجود ہے کہ ہر فرد سے سماجی، اقتصادی اور سیاسی انصاف برتا جائے گا اور سب کو موقع اور حیثیت کے اعتبار سے مساوات حاصل رہے گی۔آئین کا مدعا ہی ایسے برادرانہ تصورات کو فروغ دینا ہے جو فرد کی عزت نفس اور قوم کی حفاظت کریں۔ہر قانون کی تمہید متعلقہ قانون کی روح ہوتی ہے۔اسی تمہید میں اس قانون کے تمام محرکات، مضمرات اور مقاصد واضح کیے جاتے ہیں۔مقام اطمینان ہے کہ ہندوستان کے آئین صفحات ہی میں عقیدہ اور خیال کے اظہار کی آزادی کا اعلان کرکے صحافیوں کے حقوق کافی محفوظ، مضبوط اور منضبط کر دیے گئے ہیں۔

بھارت کے آئین میں حق آزادی کے تحت درج ہے کہ:

۱۸۔(۱) تمام شہریوں کو حق حاصل ہوگا

الف۔ تقریر اور اظہار کی آزادی کا!

ب۔ امن پسندانہ طریقہ سے اور بغیر ہتھیاروں کے جمع ہونے کا!

ج۔ انجمنیں یا یونین قائم کرنے کا!

د۔ بھارت کے سارے علاقہ میں آزادانہ نقل حرکت کا!

ہ۔ بھارت کے علاقہ کے کسی حصہ میں بود و باش کرنے اور بس جانے کا!

و۔ جائداد کے حصول اور منتقلی کی آزادی کا! اور

ز۔ کسی پیشہ کے اختیار کرنے یا کسی کام دھندے، تجارت یا کاروبار چلانے کا!

آئین کی دفعہ ۱۸ میں قانونی شق (۱) اور (۲) کے تحت پریس کی آزادی بخشی گئی ہے مگر پریس کی آزادی یا فری ڈم آف دی پریس کے واضح الفاظ ہمارے آئین میں استعمال نہیں کیے گئے ہیں۔ چونکہ دفعہ ۱۹ کی قانونی شق ایک میں تمام باشندوں کو تقریر اور اظہار رائے کی آزادی عطا کر دی گئی ہے تقریباً ہر ماہر قانون دان کا یہ کہنا ہے کہ اظہار رائے کی آزادی یعنی Freedom of Expression پریس کی آزادی بھی یقینی طور پر شامل سمجھی جائے۔ خواہ وہ زبانی ہو یا تحریری ہر ہندوستانی باشندہ کو اپنی رائے ظاہر کرنے کی کامل آزادی نصیب ہے۔

پریس کی آزادی کے بارے میں مختلف ماہر مختلف رائے رکھتے ہیں، کچھ کہتے ہیں کہ اخبارات پر کسی بھی نوعیت کی پابندی نہ ہو۔ اور کسی بھی طرح کا مواد بغیر کسی خوف یا رکاوٹ کے شائع کرنے کی مکمل آزادی حاصل رہے۔ بعض صرف یہ چاہتے ہیں کہ اخبارات پر نظریات مسلط نہ کیے جائیں۔ بعض ماہرین کے خیال میں

حکومت کی عدم مداخلت ہی پریس کی آزادی کے لیے کافی ہے۔

آزادی اخبارات کے تیقین کے لیے ضروری ہے کہ اخبارات عملہ ادارت کے اراکین پر اپنے خیالات ٹھونسنے کی کوشش سے باز رہیں مشتر ہین اپنا رسوخ اخبار کی اداریہ پالیسی پر ڈالنے سے ہمیشہ محترز رہیں۔ کسی بھی حلقے سے کسی بھی قسم کا دباؤ اخبار کی کارکردگی پر نہ پڑے۔ ہر معاملہ میں اخبار کے تمام کارکن خودمختاری محسوس کریں۔ ایسا نہ ہو کہ پریس کی آزادی کا نعرہ لگتا رہے۔ آئین کے صفحات پر آزادی مرقوم رہے اور عملی طور پر آزادی اخبارات مقصود ہے۔

اظہار خیال کی آزادی ایک بہترین وعدہ ہے مگر مکمل ترین آزادی نہ صرف ہندوستان میں ہے اور نہ ہی کسی جدید ریاست میں دی جا سکتی ہے۔ کسی بھی جدید ریاست کا فرض ہے کہ وہ انفرادی حقوق اور بنیادی فرائض میں ایک اعتدال قائم رکھے ورنہ سماج میں بدنظمی، بداعتمادی اور بے اطمینانی پھیلنے کا خدشہ رہتا ہے۔ آزادی خیال پر کچھ نہ کچھ پابندی ذہنی ضروری ہے۔ اخبارات میں کام کرنے والوں کو بھی یہ بات ہمیشہ ذہین نشین رکھنی چاہیے کہ صرف حقوق کے مطالبات سے نہیں بلکہ فرائض کی ادائیگی سے بھی غرض رکھنی ضروری ہے۔ آزادی کا بنیادی حق ضرور استعمال کیا جائے مگر اخبارات سماج میں اپنی ذمہ داری اور فرائض سے کبھی کوئی غفلت نہ برتیں، ایک ذمہ دار پریس کسی بھی معاشرہ کے لیے باعث فخر ہو سکتا ہے کچھ نہ کچھ بندش کیساتھ آزدی پریس کا تصور جواں رکھا جائے۔ بغیر کسی قید یا پابندی یا حد کے آزادی اخبارات آج تک نہ کسی ملک میں تھی اور نہ رہ سکتی ہے۔

یہ سچ ہے کہ لامحدود انسانی ترقی کے لیے ذہنی آسودگی، جودت اور اطمینان قلب کی ضرورت ہے اور ان تمام کے لیے انسان کو اپنے میدان عمل مین امن و امان،

آزادی اور استغنا کی ضرورت ہے۔ ہر طرح کے سکون، چین، آرام اور راحت کے لیے نہ صرف آزادی اور بے تکلفی کی ضرورت ہے بلکہ ساتھ میں انضباط اور تادیب کی بھی ضرورت ہوا کرتی ہے۔ کہتے ہیں کہ کسی بھی آزادی سے استفادہ کرنے کے لیے کچھ نہ کچھ امتناع کا ہونا بہتر ہے۔ اس حقیقت کا کوئی منکر نہیں کہ سیاسی آزادی اور جمہوری نظام کے استحکام کے لیے پریس کی آزادی ناگزیر ہے۔

جمہوریت وہ نظام حکومت ہے جس میں عوام کے چنے ہوئے نمائندوں کی جماعت حکومت چلاتی ہے اور عوام کے سامنے جواب دہ ہوتی ہے ہر جمہوری ملک میں آزاد مگر ذمہ دار پریس کی دقعت تسلیم کی جا رہی ہے۔ جہاں عوام کو اپنے احساسات اور جذبات کے اظہار کی آسانی وجوہ نہیں وہاں کوئی آزادی بھروسے کے قابل نہیں سمجھی جاتی۔ جہاں پریس کی آزادی محفوظ و مامون ہے وہاں یہ اعتماد پختہ رہتا ہے کہ وہاں ہر نوعیت کی آزادی محفوظ و مامون ہے وہاں پر یہ اعتماد پختہ رہتا ہے کہ وہاں ہر نوعیت کی آزادی بغیر کسی اندیشہ کے جاری اور ساری رہے گی۔ اظہار خیال یا اظہار رائے کی خود مختاری تمام انسانی آزادیوں میں ممتاز و مفتخر مانی جاتی ہے۔ جہاں رائے کا اظہار فراغت سے ممکن ہے وہاں عوام میں اچھے خیالات اور واہیات خیالات میں بہ آسانی تمیز کرنے کی اہلیت پروان چڑھتی ہے۔ جہاں ہر شخص کو حقائق سے واقفیت حاصل کرنے کی آزادی ہے وہاں علم و دانش کی ترقی ضرور ہوتی ہے۔ جہاں معلومات کا گلا گھونٹا جاتا ہے وہاں فہم و ذکا کی تربیت میں رکاوٹ آجاتی ہے۔ جہاں علم حاصل کرنے پر کوئی پہرہ نہیں وہاں علم خود بخود بڑھتا ہے اور اچھی طرح پھیلتا ہے۔ جمہوری اقدار کی منزلت اور مقبولیت بھی آزادی پر منحصر رہتی ہے۔

بھارت کے آئین میں بخشی گئی اظہار خیال کی آزادی قابل صد احترام ہے۔ اب تک کے تجربات سے ثابت ہے کہ اخبارات نے اس آزادی کا ناجائز فائدہ نہیں اٹھایا ہے۔ عصری زندگی میں انسان آدھے غلام اور آدھے آزاد نہیں رہ سکتے۔ آج کا انسان اپنی آزادی کی علامت کے لیے آزادی اخبارات کا حامی اور خواہاں ہے۔

باب 24

ضروری قانونی معلومات

پریس سے متعلق جو بھی قوانین ہیں ان کا جاننا ہر صحافی کے لیے بہت ضروری ہے۔ ہر اخبار نویس کا فرض ہے کہ وہ ملک کے قانون کا پابند رہے ۔ ہندوستان میں پریس سے تعلق رکھنے والے تمام قوانین کے مطالعہ سے یہ بات اچھی طرح محسوس ہوتی ہے کہ یہاں بیشتر قوانین برطانوی لب ولہجہ لیے ہوئے ہیں۔ ملک کے بیشتر قوانین انگریزی قوانین سے ماخوذ بلکہ بعض تو ہو بہو نقل ہیں۔ پریس کے تعلق سے بننے والے قوانین خصوصی طور سے سخت بنائے گئے تھے کیونکہ برطانوی حکومت ہمیشہ اخبارات سے ناخوش، نالاں اور ناراض رہی تھی۔ انگریزوں کو یہ خوف تھا کہ اخبارات کو زیادہ آزادی بخش دی جائے تو وہ حریت کے احساسات وجذبات کو تیز رفتاری سے مشتعل بنادیں گے ۔ برطانوی دور حکومت میں باوجود ہزار کوشش کے اخبارات اور حکومت کے تعلقات میں خوشگواری پیدا نہ ہوسکتی تھی ۔ کئی تاریخی اسباب ایسے تھے جس کی وجہ سے اخبارات اور حکومت میں ہمیشہ ٹھنی رہتی تھی ۔

آزادی کے بعد یہ محسوس کیا گیا کہ پریس سے متعلق تمام قوانین کا از سر جائزہ لیا جائے اور ہر ایسے قانون کو بدلا جائے جس سے اظہار رائے کی آزادی میں رکاوٹ پیدا ہوتی ہے ۔حکومت ہند نے ایک کمیٹی بنائی جس کا نام پریس لاز انکوائری کمیٹی Press Laws enquiry Committee تھا اس میں بیشتر اراکین سرگرم صحافی تھے ۔اس کمیٹی نے اپنی رپورٹ میں یہ رائے دی تھی کہ تمام پریس قوانین

میں ضروری تبدیلیاں لائی جائیں اور ترقی یافتہ جمہوری ممالک میں رائج پریس قوانین سے زیادہ استفادہ کیا جائے۔

پریس رجسٹریشن ایکٹ

دی پریس اینڈ رجسٹریشن آف بکس ایکٹ 1876ء (ایکٹ نمبر 25 سال اجراء 1876ء The Press and Registration of Books Act, 1876 (Act 25 of 1876) ایک اہم قانون ہے۔ یہ قانون چھاپہ خانوں اخبارات کی اشاعت کو منضبط کرنے کی غرض و غایت سے بنایا گیا تھا۔ یہ 23 دفعات پر مشتمل ہے۔ اس قانون کا عین مقصد یہ بھی تھا کہ ملک بھر میں شائع ہونے والی کتابوں، رسالہ جات اور اخبارات کی نقلیں جمع کر کے محفوظ کی جائیں۔ اس کا منشا یہ بھی تھا کہ اس قانون کے نفاذ کے ذریعہ ملک بھر میں شائع ہونے والے جملہ مطبوعہ اخبارات، رسالہ جات اور کتب کا باضابطہ حساب و کتاب رکھا جائے۔ اس قانون کی تمہید میں یہ درج تھا کہ ہر مطبوعہ چیز کی کم از کم ایک کاپی حکومت کو روانہ کی جائے۔ اس مسودہ کے ابتدائی حصہ میں کتاب مدیر ہندوستان مجسٹریٹ، اخبار، ''پیپر''، حتما ''تجویز'' پریس رجسٹرار ''طباعت'' اور ''رجسٹر'' جیسے الفاظ کی قانونی تشریح کی گئی ہے۔ دفعہ 3 میں درج ہے کہ ہندوستان میں شائع ہونے والی ہر کتاب اور ہر اخبار میں چھاپنے والے (طابع یا پرنٹر Printer) اور شائع کرنے والے (ناشر و پبلشر Publisher) کے نام اور پتہ جات درج کئے جائیں۔ مطبع کا تفصیلی پتہ دیا جائے۔ دفعہ □4 کے تحت ہر مطبع کے مالک کے لیے لازمی ہے کہ وہ ڈسٹرکٹ مجسٹریٹ District Magistrate یا پریسیڈنسی مجسٹریٹ'' یا ''سب ڈویژنل مجسٹریٹ'' کے سامنے ایک ''ڈیکلریشن'' میں متعلقہ فرد تحریرا بیان کرے کہ وہ فلاں

''پرنٹنگ پریس'' کا مالک ہے اور اس جگہ کا تفصیلی پتہ لکھے جہاں طباعت کا کام جاری رہتا ہے۔ جب کبھی چھاپہ خانہ (پرنٹنگ پریس) کی جگہ بدل جائے ایک نیا ''ڈیکلریشن'' دینا ضروری قرار دیا گیا۔ اگر طباعتی مشینری ساٹھ دن سے کم مدت کے لیے عارضی طور پر کہیں تبدیل کی جا رہی ہے تو 24 گھنٹوں کے اندر صرف اطلاع دے دینی کافی ہے بشرطیکہ طباعت خانہ کی تبدیلی کی جگہ متعلقہ مجسٹریٹ کے حلقہ انتظامیہ Jurisdiction میں ہو اور مطبع کی ملکیت میں کوئی فرق نہ آیا ہو۔

ہر اخبار کے ہر شمارہ میں طابع، ناشر اور مدیر کے نام درج ہونے لازمی ہیں۔ ان تینوں کے لیے علاحدہ علاحدہ ڈیکلریشن داخل کرنے ہوتے ہیں۔ اگر مدیر اور طابع ایک ہی شخص ہے تو ایک ڈیکلریشن کافی ہوگا۔ اسی طرح اگر ایک ہی شخص مدیر، طابع اور ناشر ہے تو ایک ہی ڈیکلریشن سے قانونی رسم پوری ہو جائے گی۔ اگر کسی اخبار کی زبان میں تبدیلی ہو رہی ہے یا معیاد اشاعت میں ردو بدل ہو رہا ہے تو نئے ڈیکلریشن کی ضرورت پڑے گی مثلاً ایک ہفت روزہ اخبار اپنی معیاد اشاعت میں تبدیلی کر کے روزنامہ بن رہا ہے تو تازہ ڈیکلریشن داخل کرنا ضروری ہوا۔ جب کبھی اخبار کی ملکیت بدل رہی ہو نیا ڈیکلریشن دینا اہم ہے مقام اشاعت کی تبدیلی کے لیے ڈیکلریشن کے داخلہ کی ضرورت ہے۔ اگر طابع یا ناشر نوے دن سے زیادہ مدت کے لیے ہندوستان سے باہر جا رہا ہے تو نئے ڈیکلریشن کی ضرورت پڑے گی۔ جسمانی معذوری یا کسی اور وجہ سے کوئی ناشر عملی طور پر طباعت اور اشاعت کی ذمہ داری سنبھالے رکھنے سے مجبور ہے تو وہ اس حقیقت کا تذکرہ کرتے ہوئے تازہ ڈیکلریشن داخل کرے۔

اس ایکٹ کی دفعہ 19 الف کے تحت پریس رجسٹرار کے تقرر کی تفصیلات درج

ہیں دفعہ 19 (ب) (ا) کے مطابق رجسٹرار تمام اخبارات کا ایک دفتر یعنی رجسٹرار رکھے گا۔ ایسے رجسٹر میں مندرجہ ذیل تفصیلات درج ہوں گی۔

۱۔ اخبار کا نام

۲۔ زبان جس میں اخبار شائع ہوتا ہے

۳۔ اخبار کی معیاد اشاعت یعنی روزانہ، سہ روزہ، ہفتہ وار، پندرہ روزہ، ماہانہ ،سہ ماہی، ششماہی، سالانہ وغیرہ۔

۴۔ مدیر، طابع اور ناشر کے نام معہ پتہ جات۔

۵۔ مقام طباعت کا مکمل پتہ۔

۶۔ اخبار کے صفحات کا ہفتہ وار اوسط۔

۷۔ سال میں کتنے دن اشاعت ہوتی ہے؟

۸۔ تعداد طباعت کا اوسط ،تعداد فروخت کا اوسط اور مفت تقسیم ہونے والے پرچوں کا اوسط۔

۹۔ فروخت کی قیمت فی پرچہ۔

۱۰۔ مالکان اخبار کے نام، پتے اور ملکیت سے متعلق ضروری تفصیلات۔

پریس رجسٹرار کی جانب سے جو بھی معلومات اور اعداد و شمار طلب کیے جائیں ان کا فراہم کرنا ناشر کا فرض ہے۔ ہر سال وصول ہونے والی معلومات کی بنیاد پر پریس رجسٹرار ایک رپورٹ تیار کرے گا۔ 1976ء کے قوانین میں 1960ء میں کئی ترمیمات کی گئیں۔

ڈلیوری آف بکس اینڈ نیوز پیپرس (پبلک لائبریریس) ایکٹ 1954ء

Delivery of Books and Newspapers (Public Libaries)

Act, 1954 کے تحت ہر ناشر کے لیے لازم ہے کہ وہ اپنی شائع کردہ کتاب یا اخبار یا رسالہ کی ایک کاپی نیشنل لائبریری کلکتہ روانہ کرے اور تین کاپیاں اپنے علاقہ کی تین منتخبہ پبلک لائبریریوں کو اشاعت کے تیس دن کے اندر اندر روانہ کرے۔

پریس کمیشن

آزادی کے فورا بعد محسوس کیا گیا کہ ہندوستانی اخبارات کے معاملات اور مسائل کے جائزہ کے لیے ایک با اختیار کمیشن مقرر کیا جائے۔ حکومت ہند نے 23 ستمبر 1952ء کو پریس کمیشن Press Commission کے تقرر کا اعلان کیا جسے ذمہ داری دی گئی کہ ہندوستانی اخبارات کے بارے میں تمام پہلوؤں پر غور وخوض کرکے ضروری سفارشات کی جائیں۔ ساتھ ہی کمیشن کو یہ ذمہ داری بھی سونپی گئی کہ ہندوستانی صحافت کی ایک مستند تاریخ مرتب کرے۔ کمیشن کے لیے مندرجہ ذیل افراد نامزد ہوئے۔

۱۔ جسٹس جی، ایس، راج ادھیکش (چیرمین)

۲۔ ڈاکٹر سی، پی، رام سوامی ایئر

۳۔ آچاریہ نریندر دیو۔

۴۔ ڈاکٹر ذاکر حسین۔

۵۔ ڈاکٹر وی، کے، آر

۶۔ پی۔ ایچ پٹ وردھن

۷۔ ٹی، این سنگھ

۸۔ جے پال سنگھ

۹۔ جے جنٹ راجن

۱۰۔ اے، آر بھٹ

۱۱۔ ایم چل پتی راؤ

۱۲۔ اے، ڈی منی (جو غیر ممالک کے دورہ سے واپس آ کر □1953ء سے کمیشن میں شامل ہوئے)

کمیشن نے ضروری تفصیلات جمع کرنے کی غرض سے ملک کیا ہم صحافتی مراکز کا دورہ کیا۔ سینکڑوں صحافیوں اور اخبارات سے متعلق مختلف افراد سے تبادلہ خیال کیا۔ ہزاروں سوال نامے بھیجے گئے۔ جس کے جوابات بھی کافی معلوماتی ثابت ہوئے۔ تقریباً دو سال کی محنت کے بعد کمیشن نے اپنی رپورٹ حکومت ہند کو پیش کی جو تین حصوں پر مشتمل تھی۔ پہلا حصہ مشاہدات اور سفارشات پر مشتمل تھا۔ دوسرا حصہ تاریخ صحافت ہند کے طور پر شائع ہوا۔ جس میں پہلی بار کئی حقائق سامنے آئے۔ تیسرا حصہ کمیشن کی کاروائیوں سے متعلق کئی دستاویزات پر مشتمل تھا۔

پریس کمیشن کی رپورٹ کا بے چینی سے انتظار کیا گیا تھا۔ جب 1954ء میں یہ رپورٹ شائع ہوئی تو اخبارات نے اس کا پر جوش استقبال کیا۔ اسے ہندوستانی صحافت کا منشور قرار دیا گیا۔ رپورٹ میں کئی معاملات کا تفصیلی جائزہ لیا گیا ہے اور اسکی متعدد سفارشات کی بھی بڑی قدر منزلت ہوئی۔

کمیشن نے ایک کل ہند پریس کونسل کے قیام پر زور دیا جو ہندوستان میں پریس کی آزادی کا محافظ ہو اور اخبارات کو اپنی آزادی کے تحفظ میں پورا تعاون دے۔ صحافتی ضابطہ اخلاق کی تیاری بھی پریس کونسل کی ذمہ داری قرار دی گئی۔ اخبارات کی ملکیت کے بارے میں کمیشن نے رائے دی کہ ملازمین کو اخبار کی ملکیت میں حصہ دار بنایا جائے۔ اجارہ داری کے خاتمہ کے لیے اخبارات کی ملکیت کے لیے

''ٹرسٹ'' Trust ملکیت کی سفارش کی گئی۔ کمیشن نے رائے دی کہ ہر اخبار کا حساب و کتاب علاحدہ رکھا جائے تا کہ مالکان اور ملازمین دونوں کو پتہ چلے کہ اخبار نفع میں چل رہا ہے یا نقصان میں۔

صحافیوں کے لیے اجرتوں کے بارے میں کمیشن نے کئی مشورہ دیے۔ پراویڈنٹ فنڈ Provident Fund سہولت کے علاوہ فی سال پندرہ دن کی اجرتوں کے مساوی گریجویٹی Gratuity کی بھی سفارش کی گئی۔

اخبارات میں اشتہارات چالیس فی صد سے زیادہ نہ ہوں۔ یعنی قابل مطالعہ مواد ہر اخبار میں ساٹھ فی صد ہو۔ اخباری کاغذ (نیوز پرنٹ) کی فراہمی کے لیے ایک حکومتی ادارے ''اسٹیٹ ٹریڈنگ کارپوریشن'' کے قیام کا مشورہ دیا گیا۔ کہا گیا کہ ادارہ تمام اخباری کاغذ درآمد کرے اور ملک میں تیار ہونے والے تمام اخباری کاغذ کی خریداری اور مناسب داموں پر اخبارات کو فراہم کرنے کی ذمہ داری سنبھالے۔

اشتہارات کی اشاعت میں بھی ایک سخت ضابطہ اخلاق پر عمل کیا جائے۔ مشتہرین، اخبارات اور اڈورٹائزنگ ایجنسیاں ایسے ضابطہ پر کاربند رہیں۔ جعلساز اشتہارات کو ختم کرنے کے لیے سخت ترین قوانین کے نفاذ کی سفارش کی گئی۔

خبر رساں ایجنسیوں کے بارے میں کمیشن کا خیال ہے کہ ادارے حکومت کی جانب سے نہ چلائے جائیں۔ ان پر حکومت کا کسی بھی نوعیت کا قابو نہ ہو۔ اگر کسی خبر رساں ادارے کو حکومت کی جانب سے کوئی مالی امداد دی بھی جائے تو وہ غیر مشروط ہو اور خبر رسانی کے معاملات میں کسی بھی قسم کی سرکاری مداخلت نہ ہو۔

متعدد مدیروں سے تبادلہ خیال کی روشنی میں کمیشن نے محسوس کیا کہ مدیر کی وقعت

اور اہمیت میں بتدریج کمی ہوتی جارہی ہے۔مدیروں کو آزادی اور خود مختاری سے آہستہ آہستہ محروم کیا جارہا ہے۔اس مسئلہ کو حل کرنے کے لیے کمیشن نے ارادہ ظاہر کیا ہے کہ کسی بھی مالک اخبار کی جانب سے مدیر کے وقت معاہدہ میں اخبار کی عمومی پالیسی سے متعلق وضاحتیں دے دی جائیں۔مدیر کو اپنے فرائض کی انجام دہی میں صحافت کے اصولوں اور ضابطہ اخلاق پر پابند رہنے کی پوری سہولت حاصل رہے ۔اخبار میں شائع ہونے والے مواد کے انتخاب میں مدیر کو جملہ اختیارات حاصل رہیں اور مالک کو کسی خبر کی اشاعت کو روکنے کا اختیار نہ رہے۔

صحافیوں کو دیئے جانے والے مہنگائی بھتہ کے بارے میں بھی کمیشن نے چند مشورے دیے تھے۔اقل ترین اجرت کے لیے واضح سفارشات ہیں۔مہنگائی بھتہ کی ادائیگی کے لیے شہروں میں کام کرنے والے صحافیوں کو زیادہ مہنگائی بھتہ دیئے کا مشورہ دیا گیا۔

کمیشن کی رائے میں صحافیوں کو ٹریڈ یونین کی رکنیت قبول کرنے کی پوری آزادی رہنی چاہیے۔انڈین ٹریڈ یونین ایکٹ کے تحت قائم شدہ کسی بھی پیشہ ورانہ انجمن سے صحافی کو اپنا ناطہ جوڑنے کا حق دیا گیا۔

پریس قوانین کے تعلق سے کمیشن نے کئی اچھے اور قابل قبول مشورے پیش کیے ہیں۔جن قدیم قوانین میں فوری ترمیم کی ضرورت ہے ان کی جانب حکومت کی پوری توجہ دلائی گئی ہے۔ہتک عزت کے قوانین میں بھی ترمیم کی ضرورت کی طرف اشارہ کیا گیا ہے۔

پریس کمیشن کی ایک اہم سفارش پریس رجسٹرار کے متعلق تھی جو حکومت نے فوراً مان لی۔کمیشن کے بتائے ہوئے خطوط اور اصولوں پر آج کل ہندوستان میں پریس

رجسٹرار کا دفتر پر برسر عمل ہے۔کمیشن کی ایک اوراہم سفارش ہے کہ ریاستی سطح پر بھی پریس رجسٹرار مقرر کیے جانے چاہییں۔

پریس کمیشن نے ایک انوکھی تجویز پیش کی تھی کہ صحافت کی تعداد کی مناسبت سے اخبار کی قیمت فروخت مقرر ہو۔اس تجویز کو پرائس پیج شیڈول Price Page Schedule کے نام سے موسوم کیا گیا۔کمیشن نے ہر اخبار کے لیے کم سے کم اور زیادہ سے زیادہ صفحات کی حد مقرر کرنے کا بھی مشورہ دیا تھا۔بعض مالکوں نے اس منصوب کی آزادی اخبارات میں مداخلت قرار دے کر سپریم کورٹ میں رت Writ داخل کردی۔اسطرح اس منصوبے پر عمل نہ ہوسکا۔

اشتہارات سے متعلق کمیشن کی رپورٹ میں متعدد مشاہدات اور سفارشات درج ہیں۔کمیشن نے اس بات پر افسوس ظاہر کیا تھا کہ ہندوستان میں زیادہ تر اشیاء اونچی آمدنی والوں کے لیے مشتہر کی جاتی ہیں اور بڑے اشتہارات کا بیشتر حصہ کثیر الاشاعت انگریزی اخبارات کو چلا جاتا ہے۔کمیشن نے امید ظاہر کی تھی کہ رفتہ رفتہ اضلاعی اور چھوٹے اخبارات کو بھی زیادہ تعداد میں اشتہارات ملنے لگیں گے۔

حکومتوں کی جانب سے اخبارات کو دیے جانے والے اشتہارات پر اپنی رائے ظاہر کرتے ہوئے کمیشن نے یہ محسوس کیا تھا کہ چھوٹے شہروں سے شائع ہونے والے چھوٹے اخبارات اکثر و بیشتر حکومتی اشتہارات سے محروم رہتے ہیں کیونکہ بڑے شہروں سے شائع ہونے والے بڑے اخبارات کو زیادہ ترجیح دی جاتی رہی ہے۔کمیشن نے طنزاً کہا تھا کہ زیادہ غذا اگاؤ مہم کے زیادہ تر اشتہارات انگریزی اخبارات میں شائع ہوئے تھے جبکہ غذا اگانے والے دیہی علاقوں میں بسنے والے غریب، نادار، ان پڑھ اور غافل کسان ایسے بڑے اخبارات کبھی نہیں پڑھتے۔

کمیشن نے اصرار کیا تھا کہ ہندوستانی مشتہرین علاقائی زبانون میں شائع ہونے والے چھوٹے اخبار ا کی اہمیت کا اعتراف کریں۔

پریس کمیشن کی رپورٹ کافی ضخیم تھی۔اس کی اشاعت پر کافی بحث ومباحثے ہوئے۔کئی سطحوں پر اس کا جائزہ لیا گیا ہے۔چونکہ فعال صحافیوں (Working Journalists) کی اجرتوں اور دیگر مراعات پر کافی تفصیل سے روشنی ڈالی گئی تھی اس رپورٹ کا خنداں پیشانی سے خیر مقدم کیا گیا۔کمیشن کو واضح سفارش کی تھی کہ صحافی صنعتی مزدور تصور کیے جائیں اور ہر وہ رعایت جو دیگر کارخانوں کے مزدوروں کو قانونا دی جاتی ہے وہ فعال صحافیوں کو دی جائے۔1955 ء میں ورکنگ جرنلسٹس ایکٹ (working Journalists Act) منظور ہوا جس کی رو سے مرکزی حکومت نے ایک ویج بورڈ (Wage Board) مقرر کیا تا کہ اخبارات کے دفاتر میں کام کرنے والے صحافیوں کے لیے اقل ترین اجرتوں کا تصفیہ ہو سکے۔ مئی 1956 ء میں جج ،وی دیو پیتا کی صدارت میں ویج کمیٹی مقرر کی گئی جس میں تین نمائندے مالکان اخبارات کے تھے اور تین فعال صحافیوں کے۔مئی 1957 ء میں اس کمیٹی کی سفارشات مرکزی حکومت کی جانب سے شائع کی گئی مگر مارچ 1958 ء میں سپریم کورٹ نے ویج بورڈ کے فیصلوں کو قابل اعتراض قرار دے دیا کیونکہ اجرتیں طے کرتے وقت اجرتیں دینے والوں کی سکت پر کوئی توجہ نہیں دی گئی تھی۔جون 1958 ء میں ایک حکم نامہ یعنی آرڈیننس Ordinance پاس کیا گیا جس کے تحت ایک کمیٹی تشکیل دی گئی تا کہ ویج بورڈ کی سفارشات میں پائی گئی خامیوں اور کمزوریوں کو رفع کیا جاسکے۔سرکاری افسران پر مشتمل اس کمیٹی نے دسمبر 1958 ء میں اپنی رپورٹ پیش کی جسے عوام کے سامنے بھی پیش کیا گیا کچھ ماہ بعد

اسکی ضروری سفارشات باضابطہ قوانین کی طرح نافذ ہوئیں۔

دوسرا پریس کمیشن

حکومت ہند کی جانب سے دوسرا پریس کمیشن (Second Press Commission) 18 مئی 1977ء کو مقرر ہوا۔ اس کے صدر جسٹس پی، کے، گو سوامی سابق جج سپریم کورٹ تھے۔ کمیشن کو جو فرائض تفویض کیے گئے تھے ان میں اہم تر مندرجہ ذیل تھے۔

۱۔ یہ جائزہ لیا جائے کہ آزادی اظہار کے لیے اور آزادی اخبارات کے لیے موجودہ آئینی ضمانتیں کافی ہیں یا نہیں۔ اگر نہیں ہیں تو اس مقصد کی برآوری کے لیے اور اخبارات کو زیادہ سے زیادہ قانونی او رآئینی تحفظ کی فراہمی کے لیے اقدامات کیے جائیں۔

۲۔ حکومت، مالکان، مشتہرین، تجارتی اداروں، ٹریڈ یونینوں، سیاسی جماعتوں اور دیگر اداروں کا دباؤ اختیارات پر سے کم کر کے ان کو زیادہ سے زیادہ آزادی اور خودمختاری عطا کرنے کے لیے کیا طریقے اختیار کیے جائیں۔

۳۔ اخبارات کی ملکیت اور مالی ڈھانچہ میں ایسی کون سی ضروری تبدیلیاں لائی جائیں جس سے اخبارات کے مدیران کو زیادہ سے زیادہ ادارتی آزادی نصیب رہے اور وہ زیادہ اعتماد اور سکون سے خبریں اور رائیں ترتیب دے سکیں۔

۴۔ حکومتی اداروں اور اخبارات کے درمیان زیادہ سے زیادہ خوشگوار روابط کے قیام اور استحکام کے لیے کون سی عملی تدابیر اختیار کی جائیں تاکہ زیادہ سے زیادہ اطلاعات کی ترسیل ہو سکے۔ سرکاری سرپرستی بڑھ سکے اور مالی سہولتیں مہیا کی جاسکیں۔

۵۔ موجودہ خبر رساں ایجنسیوں اور فیچر مضامین فراہم کرنے والے اداروں کی اہمیت اور افادیت میں مزید ترقی لانے کے لیے کیا نئے طریقے کیے جائیں تا کہ ایسے اداروں کی مقبولیت بڑھ سکے اور وہ عالمی خبروں کو جمع کر کے زیادہ سے زیادہ مستعدی سے پھیلا سکیں۔

۶۔ اخبارات کے مختلف شعبوں میں بہتر سے بہتر تعلقات اور باہمی مفاہمت کے لیے کیا طریقے اپنائے جائیں مثلاً ناشرین، منتظمین، مدیران اور دیگر فعال اخبار نویسوں کے درمیان کس طرح اشتراک عمل کے جذبات پروان چڑھائے جائیں۔

۷۔ ایسی کون سی ضروری تدابیر اختیار کی جائیں جن سے اخبارات کے مجموعی معیار میں بلندی آئے اور اخبار نویسوں میں احساس ذمہ داری اور سماجی خدمت کا جذبہ بڑھتا رہے۔

۸۔ ہندوستانی زبانوں میں شائع ہونے والے اخبارات اور رسائل کی تیز رفتار ترقی کے لیے عملی اقدام کیے جائیں۔ علاقائی زبانوں میں معیاری اور خصوصی رسائل اور سینڈیکیٹ اداروں کے قیام اور ترقی کے لیے کیا مثبت کاروائیاں کی جائیں۔

۹۔ اخبارات کی اقتصادی حیثیت میں خوشگوار تبدیلیاں لانے کی غرض وغایت سے کیا نئی راہیں اختیار کی جائیں۔ موجودہ خامیوں کو دور کرنے کے لیے کیا طریقے اپنائے جائیں۔ قانونی اور آئینی حدود کے اندر رہتے ہوئے اخبارات کی قیمتوں میں واجبی تبدیلیاں لانے کے لیے کون سے منصوبے کارگر رہیں گے۔

۱۰۔ ذرائع ابلاغ، صحافت، اخباری انتظام، طباعتی ٹیکنالوجی، اخبارات کی

تزئینکاری، تصویری مواد کی فراہمی وغیرہ کے میدانوں میں تعلیم وتربیت کے اہتمام کے لیے مزید کیا کا مساعی کی جائے۔ صحافت سے متعلق جملہ عملی میدانوں میں مجموعی بہتری کے لیے کیا کیا کاروائیاں اہم اور ضروری ہیں۔

دوسرے پریس کمیشن کا اعلان کمیشن آف انکوائری ایکٹ 1952ء کی دفعہ 3 کے تحت کیا گیاہ۔مندرجہ ذیل اراکین کمیشن لے لیے نامزد ہوئے تھے:۔

۱۔ ابوا ابراہام

۲۔ پریم بھاٹیہ

۳۔ ایس، این دوے ویدی

۴۔ معین الدین حارث

۵۔ روی متھائی۔

۶۔ لیشودھر، این مہتما

۷۔ وی، کے، نرسمہن

۸۔ ایف، ایس نریمان

۹۔ ارون شوری

۱۰۔ ایچ، ایس، واتسیاون

دوسرے پریس کمیشن سے درخواست کی گئی تھی کہ وہ پہلے پریس کمیشن کی رپورٹ مجریہ 1954ء کے بعد ہونے والی ہندوستانی پریس کی ترقی کا جائزہ لے اور یہ سفارشات کرے کہ مستقبل میں مزید ترقی کے لیے کن منصوبوں پر زیادہ توجہ دی جائے۔

دوسرے پریس کمیشن کی رپورٹ میں ایک سفارش یہ کی گئی ہے کہ ایک نیوز پیپر

ڈیولپمنٹ کمیشن Newspaper Development Commission قائم کیا جائے جس کے زیر اہتمام ہندوستانی زبانوں کے اخبارات، مقامی اخبارات و رسائل، چھوٹے اور درمیانی سائز Medium Size کے جرائد کی ہمہ جہتی ترقی کے لیے بھرپور مواقع فراہم کیے جائیں۔

کمیشن نے سفارش کی ہے کہ ایسے ترقیاتی کمیشن کے اخراجات اور سرمایہ کے لیے نیوز پرنٹ پر ایک خصوصی محصول Cess لگایا جائے اور اشتہارات پر ٹیکس عائد کیا جائے۔ کمیشن میں بارہ اراکین ہوں جن میں سے کم از کم چھ اراکین اخبارات سے لیے جائیں تاکہ چھوٹے اخبارات کی آواز کمیشن میں ذی اثر اور طاقتور ہو۔ یہ کمیشن خاص طور سے چھوٹے اخبارات کے لیے ہر ممکنہ رعایات اور مالی سہولتوں کی راہیں کشادہ کرے۔ ایسے کمیشن کے زیر انتظام ایسے علاقوں میں حکومت کی جانب سے اخبارات کی اشاعت کا اہتمام کیا جائے جہاں فی الوقت روزانہ اخبارات بالکل شائع نہیں ہو رہے ہیں۔

دوسرے پریس کمیشن کی رپورٹ انگریزی میں ٹائپ شدہ نو صفحات پر مشتمل ہے جس میں اس بات پر کافی زور دیا گیا ہے کہ ہر ہندوستانی شہری کو سرکاری اعلانات اور اطلاعات حاصل کرنے کی مکمل سہولت ہو۔ یہ رائے بھی ظاہر کی گئی ہے کہ اخبارات دیگر تجارتی یا سیاسی یا غیر صحافتی دلچسپیوں سے یکسر مبری ہوں۔ مدیران اخبار کو اکثر و بیشتر معاملات میں آزادی اور خود مختاری حاصل رہے۔ قارئین کو اخبارات کے ذریعہ زیادہ سے زیادہ معلومات حاصل کرنے کی آسانی رہے۔ ضرورت ہے کہ بین الاقوامی سطح پر سرگرم عمل خبر رساں ایجنسیوں پر کم سے کم انحصار رہے۔ جہاں تک ہو سکے قومی خبر رساں ایجنسیاں ہی اپنے وسائل کا استعمال کر کے

اہم ترین غیر ملکی خبریں مستند طریقہ پر جمع کر کے ہندوستانی اخبارات کو برق رفتاری سے مہیا کرنے کا مناسب و معقول انتظام کریں۔

کمیشن کی رپورٹ پر جسٹس کے کے میاتھیو کے دستخط جو 3 اپریل 1982ء کو ثبت کے گئے اور ایک ہفتہ بعد یہ رپورٹ پارلیمنٹ کے روبرو پیش کی گئی۔ اوائل میں جسٹس پی، کے گوسوامی اس کے صدر نامزد کیے گئے تھے مگر 20 اپریل 1980 کو اس کمیشن کی تشکیل نو عمل میں آئی تھی جبکہ جسٹس کے کے، میاتھیو Justice K.K.Mathew کو صدر نامزد کیا گیا تھا۔ کچھ دنوں بعد گیارہ نامزدہ اراکین میں سے دو اراکین نے استعفے دیدیے تھے۔ ان کے نام: امریتا پریتم اور مدن بھاٹیہ ہیں۔ ان دو مستعفی اراکین کی جگہ دو نئے اراکین نامزد ہوئے جن کے نام جسٹس آنند نرائن ملا اور پریم چند ورما ہیں۔ دیگر اراکین تھے۔ جسٹس سیمیر کمار مکرجی، پی، وی گیڈگل، ایچ، کے پرانجے، عشرت علی صدیقی، راجدر ماتھر، گیری لال جین، کے آر گنیس اور رغبیر سنگھ۔

تقریباً تمام سفارشات بالاتفاق الرائے کی گئی ہیں۔ چند ایک سفارشات پر کچھ اختلاف رائے بھی پایا گیا ہے۔ مثلاً اخبارات کی صنعت کو دیگر صنعتوں سے مکمل طور پر علاحدہ کرنے کی سفارش پر مکمل اتفاق نہیں رہا۔ صفحات کے حساب سے اخبارات کی قیمت فروخت کے تعین پر پورا اتفاق نہیں رہا۔ اخبارات میں خبروں اور اشتہارات کے تناسب پر تمام اراکین ہم خیال اور متفق الرائے نہ ہو سکے۔ اختلافی نوٹ معہ دلائل رپورٹ کے اختتامی حصہ میں درج کیے گئے ہیں۔

ایک رائے یہ دی گئی ہے کہ مجوزہ نیوز پیپر ترقیاتی کمیشن اخبارات کی جانب سے خبر رساں ایجنسیوں کو دی جانے والی اجرت کی رقوم کے بارے میں فیصلہ

کرے۔ انھیں آل انڈیا ریڈیو اور دوردرشن کی جانب سے ادا کی جانے والی اجرتی رقوم پر نظر ثانی کی جائے تا کہ خبر رساں ایجنسیوں کی مالی حالت میں زیادہ استحکام آ سکے۔ خصوصی طور پر ایسی خبر رساں ایجنسیوں کی زیادہ مدد اور حوصلہ افزائی کی جائے جو ہندوستانی زبانوں میں خبروں کی فراہمی میں سرگرم عمل رہیں۔

دوسرے پریس کمیشن نے پرزور سفارش کی ہے کہ ہندوستانی زبانوں میں شائع ہونے والے چھوٹے اخبارات کو ٹیلی پرنٹر کے ذریعہ خبروں کی فراہمی کی سہولت از حد رعایتی نرخوں میں دی جائے۔ اجرتی رقوم میں کمی لانے کے لیے حکومت کی جانب سے بھی مالی امداد دی جائے۔ چھوٹے اور درمیانہ سائز کے اخبارات کو اخباری کاغذ یعنی نیوز پرنٹ اسی قیمت پر دستیاب ہو جن قیمتوں پر مدراس، بمبئی اور کلکتہ جیسے بندرگاہوں والے شہروں کے اخبارات حاصل کرتے ہیں۔ اس سفارش کے ذریعہ ملک کے اندرونی مقامات سے شائع ہونے والے چھوٹے اخبارات کے لیے ٹیلی پرنٹر سروس بھی زیادہ سے زیادہ ارزاں نرخوں پر فراہم کرنے کی سفارش کی گئی ہے تا کہ بیشتر اخبارات ایسی تیز رفتار خدمات سے مستفیض ہوسکیں۔ پریس کمیشن نے واضح الفاظ میں کہا ہے کہ ہندوستانی زبانوں میں شائع ہونے والے چھوٹے اور درمیانہ سائز کے اخبارات کے لیے ٹیلی پرنٹر خدمات کا رعایتی نرخوں میں مہیا کرنا بہت ضروری ہے۔ اہم ہندوستانی زبانوں میں بذریعہ ٹیلی پرنٹر خبروں کی ترسیل کے لیے ضروری کوششوں کی تحقیق کی سفارش کی گئی ہے۔ چھوٹے اخبارات میں استعمال کے لیے کمپوزنگ مشینوں اور پرنٹنگ مشینوں کی قیمتوں میں کمی لانے کے طریقوں کی تلاش پر بھی زور ڈالا گیا ہے تا کہ چھوٹے اخبارات کی تیاری کی لاگت میں ہر ممکنہ کمی واقع ہوتی رہے۔ حکومتی اداروں سے بھی درخواست کی گئی

ہے کہ وہ چھوٹے اخبارات سے دوستانہ روابط قائم کر کے ان کی سہولت کے لیے جو بھی رہ کشادہ ہوسکتی ہے اس پر ہمدردی سے توجہ دیں۔

مجوزہ نیوز پیپر ترقیاتی کمیشن کے لیے سفارش کی گئی ہے کہ اس کا صدر غیر صحافتی میدان سے متعلق ہو تو مضائقہ نہیں کیونکہ دیگر اراکین میں سرگرم اخبار نویسوں کی اچھی خاصی نمائندگی کا اہتمام کرلیا گیا ہے۔ اس کمیشن کی تشکیل میں کم از کم دیو مینیجنگ ڈائرکٹروں کو جگہ دی جائے۔ پریس کونسل سے ایک نمائندہ لیا جائے۔ انڈین انسٹی ٹیوٹ آف ماس کمیونی کیشن کا ایک نمائندہ شامل رہے تا کہ تعلیم و تربیت اور صحافتی تحقیقی اداروں کی نمائندگی ہو جائے۔ مرکزی وزارت اطلاعات و نشریات، مرکزی وزارت خزانہ اور مرکزی وزارت صنعت و حرفت سے ایک ایک نمائندہ نامزد کرنے کی سفارش ہوئی ہے۔

اس پریس کمیشن نے رائے ظاہر کی ہے کہ نیوز پیپر ڈیولیمنٹ کمیشن کی جانب سے ہندوستان کے ایسے حصوں یا علاقوں سے روزنامہ اخبار جاری کیے جائیں جہاں سے تجارتی نکتہ نظر سے فائدہ ہونے کی وجہ سے ناشران روزنامہ اخبارات شائع کرنے کا قصد نہیں کرتے۔

کمیشن کے ایک رکن کے، آر، گینیش نے خیال ظاہر کیا ہے کہ اخبارات پر صرف پرائیویٹ ناشروں کی اجارہ داری رہنے کی کوئی معقول دلیل نہیں ہے۔ حکومت کو چاہیے کہ وہ بھی اخبارات شائع کرنے کا اہتمام کرے۔ اس طرح عوام کو بھی زیادہ سے زیادہ اطلاعاتی اخبارات مہیا ہوسکیں گے۔ حکومت کی جانب سے نکلنے والے اخبارات تجارتی سطح پر نکلنے والے اخبارات سے مقابلہ کے بجائے زائد معلومات کا ایک بہتر وسیلہ ثابت ہوسکتے ہیں۔

اخبارات کی سرکاری ملکیت کے سلسلہ میں دوہرے پریس کمیشن کی رائے ہے کہ حکومت اخبارات اپنی تحویل میں لینے سے گریز کرے یہاں تک کہ ایسے اخبارات بھی نہ اپنائے جو قریب المرگ ہیں۔ ایسی رائے کے ساتھ ہی کمیشن نے اس پہلو پر بھی رائے زنی کی ہے کہ اگر سرکار اخبارات اپنی تحویل میں لینے کا فیصلہ کرے تو ایسا کرنے کی آئین میں کوئی خاص ممانعت نہیں ہے۔

کمیشن کی نظر میں اخبارات عوامی ضرورت یعنی پبلک یوٹی لی ٹی Public Utility ہیں۔ اس بات کا زوردار الفاظ میں اصرار کیا گیا ہے کہ اخبارات کو ہر قسم کی آزادی میسر رہنی چاہیے۔ مدیران اخبارات اور مالکان کا کسی بھی نوعیت کی بندشوں سے مکمل آزاد رہنا بہت ضروری ہے۔ مدیروں کو اظہار رائے کی پوری پوری آزادی حاصل رہنا اہم ہے۔ کسی بھی معاملہ پر اپنی رائے قائم کرنے کے لیے ہر ذمہ دار شہری کو صحیح اور قابل اعتبار خبروں کے حاصل کرنے کی سہولت رہنی بہت ضروری ہے۔

جب کوئی اخبار کسی اور صنعت سے تجارتی طور پر ناطہ جوڑے ہوئے رہتا ہے تو اس کی آزادی پر ایک ناگزیر اثر پڑتا ہے۔ ایسے ناطوں سے اخبار کی آزادانہ پالیسی خطرناک حد تک مجروح ہو جاتی ہے۔ بہتر ہے کہ اخبار کا کسی تجارتی گھرانے سے کوئی خاص تعلق نہ ہو۔ جہاں تک ہو سکے اخبار کی تجارتی انفرادیت کا اہتمام کیا جائے۔ اگر خالص تجارتی اور صنعتی مصروفیات میں لگے ہوئے دیگر افراد کا سرمایہ کسی بھی اخبار میں لگ رہا ہے تو بہت ضروری ہے کہ ایسا سرمایا مجموعی سرمایہ کے دس فی صد حصہ سے تجاوز نہ کرے۔

کمیشن کی سفارشات میں صنعتی اور تجارتی اداروں کی علیحدگی اور کنٹرول کے

سلسلہ میں اختلافی نوٹ لکھنے والے اراکین کے نام حسب ذیل ہیں:

گیری لال جین، راجندر ماتھر، ایچ کے پرانچے اور ایس کے مکرجی۔ ان چاروں اراکین نے اخبارات کے صفحات کی بنیاد پر قیمتیں معین کرنے کے مجوزہ اصول کی بھی مخالفت کی۔ اخبارات میں خبروں اور اشتہارات کے تناسب کے سلسلہ میں بھی ان چاروں اراکین نے اپنے اختلاف رائے کا اظہار کیا ہے۔

صفحات کی بنیاد پر کسی بھی اخبار کی قیمت فروخت مقرر کرنے کے بارے میں آخری فیصلہ کی ذمہ داری ماہرین کی ایک کمیٹی یعنی ایکسپرٹ کمیٹی Expert Committee پر ڈال دی گئی ہے جو اخبارات کے اقتصادی حالات کا عمیق مطالعہ کر کے اپنی نپی تلی سفارشات کا اعلان کرے گی۔

کمیشن کی رائے ہے کہ بڑے اخبارات میں 60 فی صد جگہ خبروں کے لیے محفوظ ہو اور صرف □40 فی صد جگہ اشتہارات کے لیے نکالی جائے۔ درمیانی سائز کے اخبارات میں پچاس فی صد خبریں ہو اور پچاس فی صد جگہ پر اشتہارات دیے جائیں۔ مگر چھوٹے اخبارات میں خبروں کے لیے 40 فی صد جگہ او راشتہارات کے لیے □60 فی صد جگہ کی سہولت دی جائے تا کہ ان اخبارات کو اشتہارات کی آمدنی کے ذریعہ اپنی مالی حالت میں اعتدال قائم رکھنے کی آسانی حاصل رہے۔

اپنے دلائل میں کمیشن کا کہنا ہے کہ صفحات کی تعداد کے تناسب پر کسی بھی اخبار کی قیمت فروخت کے تعین سے پریس کی آزادی کسی طرح بھی تلف نہیں ہوتی۔ اپنی سفارش کی مدافعت میں کمیشن کا بیان ہے کہ اخبارات میں خبروں اور اشتہارات کے تناسب کے فیصلہ سے اخبارات کی آزادی کی روح کسی بھی طرح سے مجروح

نہیں ہوتی۔ کمیشن نے اپنے خیالات کی وضاحت میں اس بات پر بھی خیال ظاہر کیا ہے کہ اخبارات پر سیلس ٹیکس Sales Tax عائد کرنا کوئی غلط بات نہیں ہے اور اشتہارات پر ٹیکس لگنے سے بھی پریس کی آزادی کسی صورت سے مجروح نہیں ہوتی ۔جس کی رو سے ایسی تبدیلیوں کو بالکل قانونی اور جائز آئینی حیثیت عطا ہو جائے۔ ایسی ترمیم کے وقت اس بات کا خصوصی لحاظ رکھا جائے کہ بنیادی ڈھانچہ کو کسی قسم کا دھکا نہ لگنے پائے۔

کمیشن کسی بھی اخبار کے مدیر کی مکمل آزادی اور خودمختاری کا قائل اور حامی ہے۔کمیشن کی رائے میں اگر اخبار کی تیاری کی جملہ ذمہ داری مدیر کو سونپ دی جائے تو وہ تمام زیادہ توجہ،لگن،محنت، آزادی،سہولت، خودمختاری،فراغت اور خلوص سے انجام دے سکے گا۔

ایک لاکھ پرچوں سے زیادہ اشاعت رکھنے والے اخبارات کے لیے کمیشن نے ایک بورڈ آف ٹرسٹیز Board of Trustees کے تقرر کی سفارش کی ہے۔ایسے بورڈ کے تقرر کی منظوری پریس کونسل کے چیئرمین اور ہندوستان کے چیف جسٹس یا متعلقہ ریاست کے ہائی کورٹ کے چیف جسٹس سے لینی ضروری ہے۔اخبار کی پالیسی سے متعلق کوئی تنازعات ابھر آئیں تو معاملات کی ثالثی کے لیے ان کی خدمات بھی لی جاسکتی ہیں۔بورڈ آف ٹرسٹیز کے منصوبہ کی بھی چار اراکین نے مخالفت کی ہے۔

کمیشن نے امید ظاہر کی ہے کہ ایسی خبر رساں ایجنسیاں زیادہ سے زیادہ تعداد میں قائم ہوں جو مقامی امور کو زیادہ اہمیت دیں۔ضرورت ہے کہ ایسے ادارے تصاویر،نقشوں اور دیگر بصری مواد Visual Material سے مقامی حالات اور

واقعات کی مختلف النوع طریقوں سے عکاسی اور ترجمانی کریں۔

دوسرے پریس کمیشن نے اپنی رپورٹ میں پریس کونسل آف انڈیا کے صدر جسٹس اے، این گروور کی کئی تجاویز کا خیر مقدم کیا ہے۔ پریس کونسل کارگذاری کی تعریف کے ساتھ یہ سفارش کی گئی ہے کہ پریس کونسل جاری رہے۔ ضابطہ اخلاق کے تعلق سے دوسرے پریس کمیشن نے یہ رائے ظاہر کی ہے کہ فی الفور ایسا کوئی ضابطہ مرتب نہ ہو۔ پریس کونسل کے متعدد فیصلوں کی روشنی میں ایک خاص مدت کے بعد ایسے ضابطہ کو قطعیت دی جائے۔ پریس کمیشن نے یہ رائے دی ہے کہ مستقبل میں اخبارات سے متعلق جملہ معاملات میں پریس کونسل سے پیشگی صلاح ومشورہ ضرور کیا جائے۔ تحقیقی شعبہ کو مضبوط۔ مفید اور مزید وسیع بنانے پر زور دیا گیا ہے۔ پریس کونسل کو صحافت کی تعلیم و تربیت کے سلسلہ میں زیادہ اختیارات دینے کی سفارش کی گئی ہے۔ ملک کے اخبارات کی کارکردگی پر نظر رکھنے اور باضابطہ جائزے لینے کے لیے پریس کونسل کی مکمل ذمہ داری دینے کی ضرورت پر زور ڈالا گیا ہے۔ اس ضمن میں انڈین انسٹی ٹیوٹ آف ماس کمیونی کیشن اور ہندوستان کی دیگر یونیورسٹیوں کے شعبہ جات صحافت سے اشتراک عمل کے منصوبوں پر تعاون کی صلاح دی گئی ہے۔ پریس کونسل کے اراکین کو باری باری اپنے عہدوں سے سبکدوش ہونے کے طریقہ کی سفارش کی گئی ہے۔

دوسرے پریس کمیشن نے اپنی تحقیقات کے لیے ڈھائی سو ناشروں کو سوال نامے بھیجے تھے۔ ان میں سے 211 نے صحافت کے پیشے کے لیے باقاعدہ تربیت کو ضروری قرار دیا۔ صحافتی علوم اور تحقیق کی افادیت تسلیم کرتے ہوئے کمیشن نے خواہش ظاہر کی ہے کہ ہندوستان کے ہر علاقے میں کم از کم ایک یونیورسٹی ایسی ضرور

ہو جہاں کی علاقائی زبان میں صحافت کی معیاری تعلیم کا انتظام ہو۔ یہاں یہ یاد دلانا ضروری معلوم ہوتا ہے کہ آئی کے گجرال کی صدارت میں مقرر کردہ فروغ اردو کمیٹی، نے 1975ء میں اپنی رپورٹ میں یہ سفارش کی تھی کہ عثمانیہ یونیورسٹی حیدرآباد دکن، پنجاب یونیورسٹی چنڈی گڑھ اور جامعہ ملیہ اسلامیہ نئی دہلی میں اردو کے ذریعے صحافت کی تعلیم کے کورس شروع کیے جائیں۔

ایک اور اہم سفارش ہے کہ نیشنل کونسل فار جرنلزم ٹریننگ اینڈ کمیونی کیشن ریسرچ National Council for Journalism training and communication research کے نام سے ایک مرکزی علمی اور تحقیقی ادارہ قائم کیا جائے جہاں صحافتی علوم وفنون پر اعلا سطح کا تدریسی اور تحقیقی کام جاری رہے۔

پریس کونسل آف انڈیا

پہلے پریس کمیشن نے اپنی مشہور رپورٹ میں پریس کونسل آف انڈیا کے قیام پر بہت زور دیا تھا۔ کمیشن کے اراکین کافی غور وخوض کے بعد اس نتیجہ پر پہنچے تھے کہ ہندوستان میں صحافت کے پیشہ وارانہ معیار کی بقا اور ترقی کے لیے ضروری ہے کہ ایک ایسا آزاد ادارہ قائم کیا جائے جو صحافت کے لیے نہ صرف ایک ضابطہ اخلاق مرتب کرے بلکہ ایسے ضابطہ کا احترام نہ کرنے والے اخبارات کے خلاف تادیبی کاروائی کر سکے۔ ایسی تحریریں جن پر قانون بھی براہ راست نافذ نہیں ہو سکتا اس ادارہ کی نظروں سے گذریں تو وہ تعزیری انصاف کرنے کا مجاز ہوگا۔ منصوبہ تھا کہ پریس کونسل ہر طرح سے ہندوستانی اخبارات کی ہمہ جہتی ترقی کے لیے ہر ممکنہ کوشش کرے۔ غرض یہ کہ ایک ایسا محترم ادارہ قائم ہو جو اخبارات کو خارجی مداخلت سے

بچانے میں ذی اثر اور با اقتدار ثابت ہو۔ کمیشن کی سفارش تھی کہ چونکہ مجوزہ پریس کونسل کو تعزیری اختیارات حاصل رہنے ضروری ہیں اس لیے قانونی حیثیت سے بھی امتیاز بخشا جائے تا کہ وہ دفعات قانون کے بل بوتے پر سرگرمیان جاری رکھنے میں اپنے آپ کو مستعد اور مقتدر پائے۔

مجوزہ پریس کونسل کے اغراض و مقاصد کے لیے پریس کمیشن نے مندرجہ ذیل خطوط طے کیے تھے۔

پریس کونسل اخبارات کی آزادی کا ہر ممکنہ تحفظ کرے اور ہر اخبار کو اس کی آزادی کی حفاظت کے سلسلہ میں اپنا تعاون دے۔ ایک ایسا عمدہ ضابطہ اخلاق ترتیب دیا جائے۔ جس کی روشنی میں قابل اعتراض مواد کی اشاعت پر متعلقہ اخبار نویس کی علانیہ طور پر سرزنش کرنے کا حق حاصل ہو۔ تمام ایسے امور و مسائل کی نگرانی کی جائے جس سے اطلاعات کی ترسیل میں کسی بھی طرح کی رکاوٹیں پیدا ہو رہی ہیں۔ صحافت سے ناطہ جوڑے ہوئے تمام افراد میں ایک حساس ذمہ داری اور عوامی خدمت کا ذوق پروان چڑھانے کی کوشش کی جائے۔ یہ احتیاط برتی جائے کہ اخبارات میں ایسے حالات رونما نہ ہوں جن سے اجارہ داری کے رجحانات بڑھیں رجحانات کی حوصلہ شکنی کی تمام سعی کی جائے۔ کونسل سال میں کم از کم ایک بار اپنی رپورٹ شائع کرے جس میں اسکی تمام کاروائیوں اور کامیابیوں کا مبسوط ذکر ہو اور بیا یا جائے کہ ہندوستانی پریس کی مزید ترقی کی راہ میں کونسل نے کیا کیا کارہائے نمایاں انجام دیے ہیں۔ کونسل یہ ضرور کوشش کرے کہ صحافت کی تعلیم و تربیت کی سہولتوں میں اضافہ ہو اور صحافیوں کو ملازمتیں زیادہ سہولت سے ملیں۔ ایسی تمام مصروفیات کے لیے پریس انسٹی ٹیوٹ جیسے ایک ادارہ کا قیام عمل میں لایا جائے۔

کم وبیش ایسے ہی نیک اغراض و مقاصد سے پریس کونسل Press Council وجود میں آئی۔ بدقسمتی سے یہ کونسل اپنی کارگذاری میں ناکام رہی۔ اخبارنویس اس سے مطمئن نہ تھے۔ کونسل نے کئی خدمات میں کاہلی اور غیر اطمینان بخش سرگرمی سے کافی بدنامی مول لی۔ کونسل کی غلطیوں، کوتاہیوں اور حد درجہ غفلت شعاریوں پر کڑی تنقیدیں ہونے لگیں۔ بالآخر یکم جنوری 1976ء سے یہ کونسل تحلیل کر دی گئی۔

دوبارہ مطالبات ہونے لگے کہ پریس کونسل پھر سے قائم اور مستحکم کی جائے کیونکہ ایسے ایک ادارہ کا ہونا اور فعال رہنا بہت ضروری ہے۔ یکم مارچ 1979ء کو پریس کونسل ایکٹ 1978ء کے تحت پریس کونسل آف انڈیا دوبارہ قائم ہوئی۔ اغراض و مقاصد کی بنیاد تو وہی رہی مگر طریقہ کار میں کئی طرح سے بہتری کی صورت پیدا کی گئی۔

پریس کونسل آف انڈیا کا قیام پارلیمانی قانون کے تحت ہوا ہے وہ ایک آزاد، غیر متعصب اور خود ضابطہ ادارہ کی طرح کام کرے گی۔ نیم سرکاری، نیم قانونی اور اسی نوعیت کے دیگر اداروں اور پریس کونسل میں یہ بین فرق ہے کہ پریس کونسل میں تمام کے تمام اراکین صحافت کے عملی میدان سے منتخب کیے گئے ہیں تاکہ وہ اپنی برادری کے دیگر اراکین کے حقوق اور مراعات کا تحفظ خود کر سکیں اور اگر صحافی برادری کے دیگر اراکین کی جانب سے کوئی قانونی یا اخلاقی کوتاہی، غفلت یا زیادتی ہوئی ہو تو وہ خود معاملہ کی نوعیت کے مطابق تادیبی کاروائی کے بارے میں اپنی صائب رائے دیں۔

اپنی جدید زندگی میں پریس کونسل نے کافی ذمہ داری، بیداری اور گرم جوشی سے خدمات انجام دی ہیں اور کئی صحت مند اور نئی روایات کی بنیاد ڈالی ہے۔ پوری دیانت

داری سے کوشش کی گئی ہے کہ اخبارات و رسائل اخلاقی حدود پار کرنے کی سعی نہ کریں۔ ہندوستان میں صحافت کے معیار کو بڑھانے کے لیے پریس کونسل کوشاں رہے۔ احتیاط برتی جاتی ہے کہ عوامی ذوق میں کسی قسم کی ڈھیل نہ آنے پائے پریس کونسل نے عوام الناس سے بھی خصوصی التماس کیا ہے کہ وہ ایسی حرکات کے مرتکب نہ ہوں جن سے اخبارات کی آزادی کو کسی نوعیت کا خطرہ پیدا ہو سکتا ہے۔

پریس کونسل آف انڈیا اپنی کارکردگی کی چار مختلف کمیٹیوں کے ذریعہ جاری رکھتی ہے۔

۱۔ تحقیقاتی کمیٹی یعنی انکوائری کمیٹی،

The enquiry Committee

۲۔ مالیاتی کمیٹی یعنی دی فائنانس کمیٹی،

The finance Committee

3. انتخابی کمیٹی یعنی دی سیلکشن کمیٹی،

The Selection Committee

اور (۴) کل مقاصد کمیٹی یعنی آل پرپز کمیٹی،

The all. purpose committee

ان چار کمیٹیوں میں تحقیقاتی کمیٹی، اہم اور زیادہ مقتدر ہے کیونکہ کونسل میں موصول ہونے والی شکایات کی گہری تحقیقات کرنا اس کی ذمہ داری ہے شکایات سر سری طور پر نہیں بلکہ پوری سنجیدگی سے وصول کی جاتی ہیں اور فیصلہ کیا جاتا ہے کہ کون سا عملی اقدام زیادہ معقول اور مناسب رہے گا۔

پریس کونسل کو بھیجی جانے والی شکایات کی تعداد میں مسلسل اضافہ ہو رہا ہے اور

تحقیقاتی کمیٹی کا کام مستقل طور پر بڑھتا چلا جا رہا ہے مثلاً 1979ء اور 1981ء کے درمیان کونسل کو 411 شکایات ملی تھیں۔ 1981ء اور 1984ء کے درمیان ملنے والی شکایات کی تعداد 818 ہو گئی تھی۔ ان میں سے بیشتر شکایات پریس کونسل ایکٹ 1978ء کی دفعہ 13 کے تحت ملتی رہی ہیں۔ یعنی صحافیوں اور اخبارات نے حکومتوں کے خلاف شکایات درج کرائی ہیں۔ اخبارات، خبر رساں ایجنسیوں اور منفرد صحافیوں کیخلاف آنے والی شکایات کی تعداد میں برابر اضافہ ہوتا جا رہا ہے۔ عام شکایت یہ ہوتی ہے کہ اخبارات زرد صحافت یعنی یلو جرنلزم (Yellow Journalism) بمعنی سنسنی خیز اور غیر اصولی صحافت کی نہج پر چلتے ہیں جس سے ماحول میں ارتعاش پیدا ہوتا ہے اور اخبارات کی آزادی بھی خطرہ میں پڑتی نظر آتی ہے۔ اکثر شکایات میں یہ پرزور مطالبات کیے جاتے ہیں کہ شر پسند اور غیر اصولی اخبارات کی منظوری واپس لے لی جائے اور انہیں حکومتی اشتہارات سے یکسر محروم کر دیا جائے۔

ہر شکایت پر اسی نوعیت کی توجہ دی جاتی ہے جس طرح ایک عدالت میں کسی شکایت پر باضابطہ سنوائی ہوتی ہے۔ شہادت اور جرح کے بعد فیصلے صادر ہوتے ہیں۔ اب تک کیے گئے فیصلوں کے مجموعے مرتب کیے گئے ہیں تاکہ آئندہ ہونے والے فیصلوں میں ان سے روشنی اور ہدایت ملے۔ یہ مجموعے پریس کونسل آف انڈیا کے دفتر سے خریدے جا سکتے ہیں۔ کونسل کی سالانہ رپورٹوں میں ایسے فیصلوں کا تذکرہ ملتا ہے۔ صحافیوں کی اطلاع کے لیے کونسل کی جانب سے ایک سہ ماہی رسالہ ''پی سی آئی ریویو'' The P.C.I Review باقاعدگی سے شائع ہوتا ہے جس میں تازہ ترین فیصلوں کے خلاصے اور اخبارات سے متعلق اہم خبریں درج رہتی ہیں۔

اخبارات کے دفاتر اس رسالہ کی خریداری قبول فرمائیں تو پریس کونسل کے تازہ ترین فیصلوں سے روشناس ہو سکیں گے۔

پریس کونسل رفتہ رفتہ اپنی افادیت اور خدمات تسلیم کروا رہی ہے۔ اغراض و مقاصد پر حتی المقدور عمل آوری کی وجہ سے اس کی سرگرمیاں صحافیوں سے خراج تحسین حاصل کرنے لگی ہیں۔ ہندوستان میں اخبارات کی آزادی کے محافظ کی حیثیت سے اس ادارہ کی توقیر لازمی ہے۔ ایسے ایک ادارہ کی موجودگی صحافت کی حفاظت کی ایک اچھی ضمانت ہے۔ جسٹس اے، این گروور اس کے صدر ہیں۔ اس ادارہ کا دائرہ عمل مسلسل وسیع ہوتا جا رہا ہے۔ قانونی صلاح و مشوروں سے ملک کے کئی صحافی مستفیض ہو رہے ہیں۔ اپنے جائزوں اور تجربات کی بنیاد پر یہ ادارہ مرکزی وزارت اطلاعات و نشریات کو کوئی سفارشات بھیجتا رہتا ہے۔

حال ہی میں کونسل نے ڈاکٹر رفیق ذکریا کی صدارت میں ایک ضمنی کمیٹی نیوز پرنٹ سب کمیٹی، کے نام سے ترتیب دی ہے تاکہ اخباری کاغذ کے سلسلہ میں چھوٹے اخبارات کو پیش آنے والی مشکلات کے حل نکالے جائیں۔ اس سلسلہ میں ضروری مطالبات اور سفارشات حکومت ہند کے نام بھیجی جا چکی ہیں۔ کونسل نے ایک تحقیقی شعبہ بھی قائم کیا ہے۔ جس کے زیر اہتمام کئی جائزے لیے جا رہے ہیں مثلاً ملک کے انگریزی اور ہندی اخبارات کے عمومی رجحانات کا ایک جائزہ حال ہی مین لیا گیا دیگر علاقائی زبانوں کے اخبارات سے متعلق طرح طرح کے جائزے لینے کے منصوبے بنائے گئے ہیں۔ کونسل کے اراکین منتخب کرتے وقت بڑے اخبارات انگریزی زبان کے صحافیوں، ہندوستانی زبان کے اخبارات میں کام کرنے والے صحافیوں دیگر فعال اخبار نویسوں، بڑے اخبارات کے انتظامی شعبوں

کے سربراہوں، درمیانی اخبارات کے منتظمین۔ چھوٹے اخبارات کے انتظامی عملہ کے اراکین اور خبر رساں ایجنسیوں میں کام کرنے والے صحافیوں کو نمائندگی دی جاتی ہے۔لوک سبھا اور راجیہ سبھا کی جانب سے پارلیمانی نمائندے نامزد ہوتے ہیں۔ پریس کونسل کے لیے یونیورسٹی گرانٹس کمیشن، بار کونسل آف انڈیا اور ساہتیہ اکادمی سے بھی نمائندے نامزد کیے جاتے ہیں۔کونسل کا صدر منتخب کرنے کے لیے ایک علیحدہ خصوصی کمیٹی ہے جو نامزدگی کمیٹی یعنی نامی نیٹنگ کمیٹی Nominating Committee کہلاتی ہے۔چار اہم کمیٹیوں کے علاوہ کونسل میں ایک اہم بورڈ ہے جو ''پریس اینڈ رجسٹریشن اپیلیٹ بورڈ'' Press and Registration appellate Board کہلاتا ہے ۔ پریس اینڈ رجسٹریشن آف بکس ایکٹ 1867ء کی دفعہ 8(سی) کے تحت یہ بورڈ اپیل سنتا ہے۔ایسی اپیلیں مدیران اخبار کی جانب سے متعلقہ اضلاعی افسران کے خلاف اخبارات کے ڈیکلریشن سے متعلق ناانصافیوں کی دادطلبی کے لیے پیش ہوتی ہیں۔حقائق کی روشنی میں مدیران کے حقوق کی حفاظت کی جاتی ہے۔

انڈین لاء انسٹی ٹیوٹ کے اشتراک سے کونسل نے ہتک عزت کے قوانین اور آزادی اخبارات سے متعلق کئی تحقیقی کام کیے ہیں۔جس سے ان ضروری قوانین و ضوابط پر گہری معلومات میں اضافہ ہوا ہے۔اپنی تحقیقات کے دوران کونسل پر یہ آشکار ہوا کہ ملک کی کئی ریاستوں نے اخبارات کو تسلیم کرنے یعنی اکری ڈی ٹے شن Accreditation کے لیے مستقل قوانین وضع نہیں کیے ہیں۔کونسل نے جملہ ریاستوں سے اپیل کی ہے کہ وہ مرکزی حکومت کے بنائے ہوئے قوانین کی روشنی میں اپنے اپنے اکری ڈی ٹے شن۔قوانین جلد وضع کرلیں۔کونسل کا اپنا ایک

بہترین کتب خانہ ہے جسے مسلسل مفید اور وسیع بنانے کی کوشش کی جارہی ہے۔ صحافت، قانون اور دیگر اہم موضوعات پر نادر اور جدید کتابیں مسلسل حاصل کی جارہی ہیں۔ پریس کونسل کے صدر ہر سال کئی غیر ممالک کا دورہ کر کے وہاں کے اخبارات اور پریس کونسل کے متعلق تازہ ترین معلومات حاصل کرتے ہیں اور اپنے مشاہدات اور تجربات کی بناء پر خوشگوار تبدیلیاں لانے کی کوشش کرتے رہتے ہیں، کئی اداروں سے تبادلہ خیال کے منصوبوں پر عمل ہوتا ہے۔ یاد رہے کہ دوسرے پریس کمیشن نے اپنی رپورٹ میں اس بات پر زیادہ زور دیا ہے کہ پریس کونسل ہندوستانی زبانوں کے اخبار نویسوں کی تعلیم وتربیت کے منصوبوں پر تمام تر توجہ دے تا کہ ان اخبارات کے مجموعی معیار میں بلندی آسکے۔

کسی بھی اخبار کے خلاف پریس کونسل آف انڈیا میں شکایت درج کرانے کا ہر شخص کو حق حاصل ہے۔ جہاں کہیں اور جب بھی کوئی اخبار اخلاقی حدود پار کر کے کسی فرد ادارے، مذہب یا ملک پر حملہ کرتا ہے اور ذوق سلیم کو مجروح کرنے کی کوشش کرتا ہے تو کوئی بھی شخص احتجاجا اس اخبار کے خلاف کاروائی کرنے کے لیے پریس کونسل سے رجوع ہوسکتا ہے۔ ضروری نہیں کہ شکایت درج کرنے والے کا ذاتی نقصان ہوا ہو یا وہ براہ راست متعلقہ معاملہ میں ملوث ہو۔ عوامی زندگی کی صحت کے مفاد میں کسی بھی غلط راہ روی کے خلاف کوئی بھی شخص پریس کونسل کی مداخلت اور تعاون کا خواہاں ہوسکتا ہے۔ صرف اخباری رپورٹوں ہی نہیں بلکہ کارٹون، تصاویر، خاکوں، کامک پٹیوں اور اشتہارات کے خلاف بھی اعتراضات یا شکایات درج کی جاسکتی ہیں۔ تادیبی کاروائی کسی بھی انفرادی فعال صحافی، اخبار، اشاعتی ادارہ اور آزاد صحافی کے خلاف کی جاسکتی ہے۔ اگر کوئی یہ محسوس کرے کہ کسی خبر کی ترسیل

کی وجہ سے سماجی اقدار کی روح کو نقصان ہوا ہے تو ایک خبر رس ایجنسی کے خلاف بھی شکایت درج کی جاسکتی ہے۔

پریس کونسل (پروسیجر فار انکوائری) Press Council Procedure for enquiry regulations, 1979, نامی ضابطے کے تحت جو 14 نومبر 1979ء کی گزٹ آف انڈیا ایکسٹرا آرڈینیری Gazettee of India Extraordinary میں شائع ہوا تھا دفعہ ۳ (ا) الیف کی رو سے کوئی بھی شکایت متعلقہ روزانہ اخبار یافت روزہ جریدہ میں قابل اعتراض اشاعت یا خبر رساں ایجنسی کی ترسیل کے دو ماہ کے اندر درج کرانی ضروری ہے۔ دیگر معیادی جرائد کے لیے یہ حد چار ماہ مقرر ہے۔ لازمی ہے کہ شکایت سب سے پہلے متعلقہ اخبار کے مدیر کے نام بھیجی جائے جس میں ضابطہ اخلاق کی خلاف ورزی پر ضروری احتجاج کیا جائے۔ ممکن ہے کہ مدیر کو اپنی غلطی کا احساس ہو اور وہ اپنے طور پر معذرت چاہ لے یا کسی بھی نوعیت کے ازالہ کی پیشکش کرے۔ اس شرط کا مقصد یہ بھی ہے کہ مدیر کی لغزش کا پتہ چلے اور شاکی کی شناخت ہو جائے۔ مزید یہ کہ شکایت کی تفصیل سے وہ کما حقہ آگاہی حاصل کرلے۔ یہاں یہ بھی ممکن ہے کہ شاکی کسی غلط فہمی کا شکار ہو یا کسی غلط اطلاع کی بنیاد پر اپنی شکایت بھیج رہا ہو۔ یہ بھی ممکنات میں سے ہے کہ عملہ ادارت سے کوئی غلطی بالکل ان جانے میں ہوگئی ہو اور ضروری اعتذار شائع کر کے معاملہ وہیں رفع دفع کرلیا جاسکے۔ اگر شاکی ایسی معذرت سے مطمئن ہو جائے تو معاملہ فریقین کے درمیان بڑی سہولت اور عجلت سے طے پا جائے گا۔ اگر ایسی خوشگوار صورت پیدا نہ ہو اور مدیر شکایت پر کوئی توجہ نہ دے تو خط و کتابت کی نقلوں کے ساتھ یہ بات واضح کی جاسکتی ہے کہ متعلقہ مدیر نے ضروری جواب دینے کی زحمت تک

گوارا نہ کی ۔شکایت نامہ میں یہ ضروری ہے کہ اخبار کا نام ،مدیر کا نام اور صحیح اور مکمل پتہ درج کیا جائے ۔جس قابل اعتراض مطبوعہ مواد کی اشاعت کے خلاف شکایت درج کی جارہی ہے اسکے اصلی تراشوں یعنی نیوز پیپر کٹنگ یا کلپنگ Cutting or Clipping کو منسلک کرنا ضروری ہے ۔شکایت نامہ میں یہ صراحت بھی ضروری ہے کہ کن وجوہ کی بنیاد پر مواد قابل اعتراض سمجھا گیا ہے ۔

اگر کسی خبر یا اطلاع یا تفصیل کی عدم اشاعت کے خلاف شکایت کی جارہی ہے تو یہ وضاحت کرنا ضروری ہے کہ کس طرح ایسی حرکت سے صحافیانہ ضابطہ اخلاق کی خلاف ورزی ہوئی ہے ۔

پریس کونسل ایسی شکایات پر غور کرنے سے مجبور ہے جو پہلے ہی سے کسی عدالت میں زیر سماعت ہیں ۔شکایت نامہ کے ساتھ یہ تصدیق نامہ بھیجنا ضروری ہے کہ:

''جہاں تک میری معلومات کا تعلق ہے میں نے تمام تر تفصیلات پوری واقفیت اور دیانت داری کے ساتھ فراہم کر دی ہے اور یہ بھی تصدیق کرتا ہوں کہ یہ معاملہ کسی بھی عدالت کے روبرو بغرض انصاف طلبی اب تک پیش نہیں ہوا ہے ۔'' کسی عدالت میں پیش ہوگیا تو شاکی اپنی جانب سے پریس کونسل کے مطلع کرے گا اور تمام تفصیلات سے بروقت آ گاہ کرے گا ۔اگر تمام تفصیلات اور ضروری دستاویز کے بغیر شکایت پریس کونسل کے پاس آئے تو معاملہ جلد طے نہیں ہوگا اور مزید خط و کتابت اور رسمی معاملات کی تکمیل وغیرہ میں کافی تاخیر ہوجائے گی ۔ پریس کونسل سے کسی بھی ریاستی حکومت یا مرکزی حکومت کے خلاف بھی شکایات کی جاسکتی ہیں ۔ بہر حال ہر اس فرد یا ادارہ کے خلاف تادیبی کاروائی کا مطالبہ ہوسکتا ہے ۔جس کی سرگرمیوں کی وجہ سے اخبارات کی آزادی خطرہ میں پڑ رہی ہے ۔گذشتہ کئی سالوں

کے مشاہدہ کی بنا پر یہ بات کہی جاسکتی ہے کہ جب کبھی پریس کونسل نے کوئی اہم فیصلہ سنایا ہے مرکزی حکومت اور ریاستی حکومتوں نے فوری تعمیل کرکے اخبارات کو بند کیے ہوئے اشتہارات جاری کردیے یا دیگر کسی بھی فیصلہ کی پابندی کا ضروری اہتمام کر دیا گیا۔ اس حقیقت سے یہ اعتماد بڑھ گیا کہ پریس کونسل ایک معتبر، مستند اور مقتدر ادارہ ہے جس کی وساطت سے اہم مسائل باضابطہ طور پر حل کیے جاسکتے ہیں۔ سوال اشتہارات کا ہو یا اخباری کاغذ کا، معاملہ کسی زبردستی کا ہو یا غلط پالیسی کے اطلاق کا، اخبارات کو چاہیے کہ وہ فوری طور پر پریس کونسل آف انڈیا کی مدد حاصل کرنے کے لیے آگے بڑھیں۔ خط وکتابت کے لیے پتہ یہ ہے:

پریس کونسل آف انڈیا فرید کورٹ ہاؤس (گراؤنڈ فلور) کوپرنی کس مارگ Copernicus Marg، نئی دہلی 110001

ڈاک وتار کے قوانین

محکمہ ڈاک وتار اخبارات ورسائل کے لیے کئی رعایتیں دیتا ہے۔ پوسٹ آفس ایکٹ میں نیوز پیپر، کی تعریف کی گئی ہے اس کسوٹی پر پورا اترنے والا اخبار ہی محکمہ ڈاک میں رجسٹر کیا جاتا ہے اور رجسٹر شدہ اخبار تمام مراعات کے لیے رجسٹرڈ نیوز پیپر Registered Newspaper کہلاتا ہے۔ اپنے اخبار کو محکمہ ڈاک میں باقاعدہ طور پر رجسٹر کرنے کے لیے اپنے علاقہ یا ریاست کے پوسٹ ماسٹر جنرل، سے رابطہ قائم کرنا ضروری ہے۔ ایسے رابطے سے تازہ ترین قوانین وضوابط سے واقفیت بہ آسانی حاصل ہوسکتی ہے۔

ہر وہ مطبوعہ مواد جس میں جزوی طور پر یا مکمل طور پر سیاسی خبریں اور متعلقہ مضامین ہوتے ہیں یا جس میں حالات حاضرہ پر تنقید وتبصرہ ہوتا ہے خواہ وہ

اشتہارات کے ساتھ ہو یا اشتہارات کے بغیر ہو، اخبار سمجھا جاتا ہے بشرطیکہ اس کے ایک شمارہ اور دوسرے شمارہ کی اشاعت کے درمیان 31 دن سے زیادہ کا وقفہ نہ ہو۔ یہ بھی ضروری ہے کہ ایسے اخبار کے مستند خریداروں کی ایک فہرست ہو۔

مطبوعہ تاریخ اشاعت ہی کے ساتھ اگر ضمیمے شائع ہوں تو وہ اسی تاریخ کے اخبار کا ایک حصہ سمجھے جائیں گے اور تمام رعایات کے حقدار رہوں گے۔

رعایتی ڈاک نرخوں پر جانے والے رجسٹر شدہ اخبارات کے ساتھ کسی بھی طرح کے دیگر کاغذات ملفوف نہ ہوں۔ خاص کر مشتہرین کے علیحدہ چھپے ہوئے اشتہارات یا ایسے اشتہارات جن میں خریداروں کی سہولت کے لیے آرڈر فارم موجود رہتے ہیں اور ایسے اشتہارات جن میں مکتوب الیہ کے نام کوئی ذاتی پیغام ہوتا ہے ملفوف نہیں کیے جاسکتے۔ مجموعی طور پر کسی بھی اخبار کے ساتھ خط، گشتی مراسلہ، کاروباری اشتہار، دستاویز وغیرہ ہرگز نہ بھیجا جائے۔ اگر بھیجنا ضروری ہو تو رعایتی اخباری نرخ کے بجائے، بک پیکٹ Book Packet کے جو رائج نرخ ہیں وہ ادا کرنے ہوں گے۔

اخبارات کے لیے رعایتی نرخ اکثر بدلتے رہتے ہیں۔ مقامی مرکزی ڈاک خانہ سے تازہ نرخ معلوم کیے جائیں۔ پہلے پہل ہندوستان میں اخبارات بغیر ڈاک ٹکٹ کے مفت بھیجے جاسکتے تھے۔ پھر ایک اخبار کے لیے تین پائی (ایک پران پیسہ) کا ٹکٹ لگتا تھا۔ یہ نرخ کافی عرصہ تک جاری رہا۔ اعشاری سکوں کے اجراء کے بعد برسوں تک دو نئے پیسوں کا نرخ تھا۔ اب یہ نرخ بڑھا کر پانچ پیسے فی پرچہ کر دیا گیا ہے بشرطیکہ اخبار کا وزن ایک سو گرام سے زیادہ نہیں ہے۔ ایک سو گرام سے دو سو گرام وزنی اور دو سو گرام سے زائد وزنی اخبارات کے لیے علاحدہ نرخ

مقرر رہیں۔

کسی نئے اخبار کی پہلی رجسٹری کے لیے علاقہ کے پی ایم جی یعنی پوسٹ ماسٹر جنرل کے دفتر سے رابطہ قائم کیا جائے۔ رجسٹری کے لیے درخواست ایک خصوصی فارم پر کر کے دینی ہوتی ہے جس کے ساتھ ایک ایسی فہرست منسلک کرنی ہوتی ہے جس میں پچاس اصلی خریداروں کے مکمل پتہ جات درج ہوں۔ ایسے احباب یا اداروں کے نام اور پتے ہرگز نہ دیے جائیں جنہیں اخبار مفت بھیجا جاتا ہے۔ متعلقہ اخبار کے دو عدد تازہ پرچے بھی نمونتا اور برائے ثبوت اشاعت بھیجنے پڑتے ہیں۔ عموما ان پچاس پتوں میں سے دو چار پتے چن لیے جاتے ہیں اور ان خریداروں کو پوسٹ ماسٹر جنرل کی جانب سے خط لکھ کر یہ دریافت کیا جاتا ہے کہ کیا، واقعی متعلقہ اخبار کے خریدار ہیں۔

ہر اخبار جاریہ نرخ کے ڈاک ٹکٹ لگانے ضروری ہیں۔ اخبارات کے لیے بغیر پیشگی ادائیگی پرچے ڈاک سے بھیجنے کی سہولت بھی دی جاتی ہے۔ یہ اجازت ضمنی دفعہ 75.B کے تحت حاصل کی جاسکتی ہے۔

رجسٹر شدہ اخبار پر پتہ لکھنے کے لیے ریپر Wrapper لگایا جاسکتا ہے یا پتہ کی چٹ Chit اوپری حصہ پر نمایاں طور پر چسپاں کی جاسکتی ہے۔ ریپر اس طرح لگایا جائے کہ بغیر دقت ریپر نکال کر اخبار کھول کر دیکھنے کی سہولت رہے۔ اگر اخبار یا رسالہ لفافہ میں بھیجا جا رہا ہے تو لفافہ مکمل طور پر بند نہ ہو، یعنی اخبار مہر بند طریقہ پر نہ بھیجا جائے۔

رجسٹر شدہ اخبار کے پیکٹ پر مکمل پتہ کے علاوہ کوئی اور پیغام یا نشان یا قابل مطالعہ مواد درج کرنے کی اجازت نہیں ہے۔ البتہ خریداری نمبر اور اخبار کے دفتر کا

پتہ درج ہوسکتا ہے۔جس پرچہ میں اندر کے صفحات پر کسی خبر یا اشتہار پر سرخ روشنائی سے یا ربر اسٹامپ کی مدد سے کوئی توجہ طلب نشان بنایا گیا ہے تو پرچہ کے ریپر کا کاپی Marked Copy کے الفاظ پر مشتمل مطبوعہ لیبل لگایا جاسکتا ہے یا ربر اسٹامپ کے ذریعہ یہ الفاظ ریپر پر ثبت کیے جاسکتے ہیں۔پرچوں کے ایسے بنڈلوں پر جو ریلوے بک اسٹال پر فروخت کے لیے بھیجے جارہے ہیں یا درمیانی ریلوے اسٹیشنوں پر بنڈل وصول کرنے والے ایجنٹوں کو روانہ ہورہے ہیں۔ To be delivered direct from the mail van ۔کا مطبوعہ لیبل چسپاں کیا جا سکتا ہے یا ان الفاظ کا ربر اسٹامپ لگایا جاسکتا ہے جس کا مطلب یہ ہوگا کہ مذکورہ بنڈل ریل گاڑی کے ڈاک والے ڈبے سے براہ راست ایجنٹ کو دیا جا سکتا ہے۔ پتہ لکھے جانے والے ریپر پر اخبار کا رجسٹری نمبر تک درج نہیں ہوسکتا کیونکہ ڈاک سے رجسٹری شدہ نمبر کا اخبار کے پہلے یا آخر صفحہ پر نمایاں جگہ موجود ہونا لازمی ہے۔

اخبار کی پہلی رجسٹری جس تاریخ میں بھی ہو وہ اگلی 3 دسمبر کو ختم ہو جاتی ہے۔بعد میں ہونے والی مستقل رجسٹری کی معیاد مکمل ایک سال رہتی ہے یعنی ہر سال رجسٹری کی تجدید ضروری ہے۔تجدید یعنی □Renewal کی درخواست معیاد رجسٹری یعنی ہر سال 31 دسمبر سے کم از کم ایک ماہ قبل دینی چاہیے۔اگر ایسی درخواست دینے میں غفلت ہو تو یومیہ جرمانہ کے ساتھ درخواست قبول کی جاتی ہے۔

جس پیکٹ میں اخبار کے دو یا تین یا زیادہ پرچے ایک ساتھ بھیجے جارہے ہیں انکے لیے علیحدہ نرخ مقرر ہیں۔رجسٹری شدہ اخبار ایک طے شدہ ڈاک خانہ ہی مین سپرد ڈاک کیا جاسکتا ہے۔جن تاریخوں میں پرچہ بھیجا جاتا ہے ان کی پیشگی منظوری ضروری ہوتی ہے۔مقامی ایجنٹوں کو اخبارات کے بنڈل ان کی رہائش گاہ پر نہیں

پہونچائے جاتے۔ ایجنٹ یا اس کے نمائندہ کو مقررشدہ جگہ خود آ کر پرچوں کے بنڈل وصول کرنے ہوتے ہیں۔ عموماً بنڈل ڈاک خانہ کے کسی مقررہ کاؤنٹر سے ایجنٹ یا اسکے نمائندے کے حوالے کیے جاتے ہیں۔ اخبار کے ناشر یا مالک یا سرکولیشن مینجر کا فرض ہے کہ وہ ڈاک خانہ کے متعلقہ افسران کو مطلع کرے کہ کس ایجنٹ کو کس ڈاک خانے سے اخبارات کے بنڈل معمولاً دیے جائیں۔

کافی تعداد میں جس اخبار کے پرچے روزانہ یا ہفتہ وار بذریعہ ڈاک روانہ ہوتے ہیں وہ بغیر ٹکٹ لگائے سپرڈاک کرنے لے لیے محکمہ ڈاک وتار کی سرکل آفس سے ضروری لائسنس کے تحت پوسٹ ہوسکتا ہے۔ اس سہولت اور اجازت کے لیے ایم اے 96 یعنی From MS-96 کے ذریعہ درخواست دینی ہوتی ہے۔ یہ رعایت صرف رجسٹری شدہ اخبارات کو حاصل ہے۔ اس منصوبہ کے تحت ایک ساتھ کم ازکم پانچ سو پرچوں کا پوسٹ ہونا شرط ہے۔ لائسنس کی درخواست کے ساتھ پرچوں کی تعداد۔ اوسط وزن، استعمال ہونے والے ڈاک ٹکٹ کا حساب، ایک اوسط ماہ میں پوسٹ ہونے والے شماروں کی تعداد وغیرہ کی ضروری تفصیلات پیشگی فراہم کرنی ہوتی ہیں۔ درخواست ملنے پر متعلقہ افسر ایک ماہ کے لیے واجب الادا ڈاک نرخوں کا حساب لگا کر ایک ماہ کی رقم پیشگی بطور ڈپازٹ جمع کرانے کی اجازت دے گا۔ عموماً ایسی رقم ڈاک خانہ کے سیونگس بینک اکاؤنٹ SAvings Bank Account میں جمع کرائی جاتی ہے۔ مجوزہ رقم کے نیشنل سیونگس سرٹیفکیٹ خرید کر متعلقہ سرکل کے ڈاک افسر کے حق میں رہن کرنے کی بھی اجازت ہے۔ یا بصورت دیگر اسٹیٹ بینک آف انڈیا کی کسی شاخ سے ضمانت دے کر یہ رعایت حاصل کی جاسکتی ہے۔ ضمانت کے لیے پوسٹ اینڈ ٹیلی گراف گائیڈ کے قانون (a)

37 کے تحت کاروائی ضروری ہے۔ پہلی تاریخ سے پندرہ تاریخ تک کا ڈاک خرچ ہر ماہ کی 16 تاریخ کو وصول کیا جاتا ہے اور 16 تاریخ سے ماہ کے آخر تک کا ڈاک خرچ اگلی ماہ کی پہلی تاریخ کو وصول کیا جاتا ہے۔ مطلوبہ ضمانتی رقم کی ادائیگی کے فورا بعد متعلقہ سرکل کے افسر اعلی کے دفتر سے بغیر ادائیگی سپرد ڈاک کرنے کا لائسنس Licence to post without prepayment جاری کیا جاتا ہے۔ یہ لائسنس نمبر اخبار کے کسی اہم یا پہلے صفحہ پر نمایاں طور پر درج کرنا ہوتا ہے۔ ضروری ہے کہ ایسے پرچے طے شدہ ڈاک خانہ میں ایک ساتھ ترسیل کے لیے ڈاک خانہ کی مقررہ کھڑکی کے ذریعہ محکمہ ڈاک کے معینہ ملازمین کے سپرد کیے جائیں۔ ساتھ ہی پتہ جات کی فہرست کی دو نقلیں بھی دینی ضروری ہیں۔ ڈاک خانہ کا افسر اس فہرست کی تصدیق کرکے متعلقہ پرچوں کے پیکٹ کی وصولی کی رسید کے طور پر فہرست کی ایک نقل اپنے دستخط اور ڈاک خانہ کی مہر کے ساتھ واپس کرے گا۔ انہیں فہرستوں کی بنیاد پر ڈاک خانہ یا ریلوے میل سروس Railway mail Service کی طرف سے بل تیار کیا جاتا ہے۔ موصولہ بل کا سات دن کے اندر ادا ہونا لازمی ہے۔ بل کی عدم ادائیگی کی صورت میں بغیر ڈاک ٹکٹوں کے اخبارات کی روانگی بند کر دی جاتی ہے۔ لائسنس ہو جائے تو دوبارہ بحال کرسکتا ہے جس کے لیے چند شرائط موجود ہیں۔

پریس ٹیلی گرام عام ٹیلی گرام سے بہت کم داموں پر قبول کیے جاتے ہیں، تازہ نرخ کسی بھی سنٹرل ٹیلی گراف آفس سے حاصل کیے جاسکتے ہیں۔ پریس ٹیلی گرام صرف ایسے اخبار کے نام بھیجا جا سکتا ہے جو ڈائریکٹر جنرل آف پوسٹ اینڈ ٹیلی گرافس کے ہاں باضابطہ طور پر رجسٹر شدہ ہے۔ پریس ٹیلی گرام خبر رساں ایجنسی

کے نام بھی بھیجے جا سکتے ہیں۔خفیہ زبان کے ٹیلی گرام قبول نہیں کیے جاتے ۔اگر محکمہ تار ے مطالبہ ہو کہ کسی پریس ٹیلی گرام پر مبنی خبر جس پرچہ میں چھپی ہو وہ فراہم کیا جائے تو اخبار کا فرض ہے کہ وہ مطلوبہ شمارہ ثبوت کے لیے ضرور مہیا کریں۔

اگر ٹیلی گرام سے بھیجا جانے والا مسودہ طویل ہو تو وہ کئی حصوں میں تقسیم کر کے بھیجا جائے۔ایک صفحہ پر زیادہ سے زیادہ 75 الفاظ ہوں۔ جہاں سلسلہ جاری ہو وہاں ایم ٹی ایف More to follow یا M.T.F لکھا جائے اور جب مسودہ ختم ہو تو End of massage ضرور لکھا جائے۔ پیغام بھیجنے والے صحافی کا نام ہر صفحے کے اوپری حصہ میں درج کیا جائے۔ ہر صفحہ کا آخری لفظ اگلے صفحے کے اوائل میں مکرر لکھا جائے ۔ایک صفحہ کی ترسیل اور دوسرے صفحہ کی ترسیل کا درمیانی وقفہ ایک گھنٹہ سے زیادہ نہ ہو۔ ٹیلی گرام کا مسودہ کھلے الفاظ میں صاف صاف تحریر کیا جائے ۔پنسل کے بجائے فاونٹین پین استعمال ہو تو بہتر ہے ۔اگر ایک ہزار الفاظ سے زیادہ کا ٹیلی گرام بھیجنا ہے تو ٹیلی گراف آفس کو پیشگی اطلاع دینا ضروری ہے جس میں یہ اشارہ دینا ضروری ہوتا ہے کہ پیغام اندازا کسی وقت بھیجا جائے گا،طوالت کتنی ہوگی اور کس پتہ پر ٹیلی گرام بھیجا جائے گا۔ایک ہی مضمون کا پیغام ایک ہی مقام کے مختلف اخبارات کو بھیجنے کے لیے کئی رعایتیں مقرر ہیں جن کی تفصیل محکمہ ڈاک و تار سے حاصل کی جا سکتی ہے۔سہولت کی خاطر پریس ٹیلی گرام میں وقفہ یعنی فل اسٹاپ Full Stop کی ترسیل مفت ہوتی ہے۔فل اسٹاپ کے بجائے صرف ''اسٹاپ Stop لکھنا کافی ہوتا ہے۔

نہایت ضروری خبریں نامہ نگاروں کی جانب سے فلیش پریس ٹیلی گرام Flesh press Telegram کے طور پر بھیجی جا سکتی ہیں۔ یہ زیادہ سے زیادہ 75 الفاظ

پر مشتمل ہوں۔ ان کی ترسیل میں ''ایکسپریس Express ٹیلی گرام بھیجنے کی سہولت ہے۔ خصوصی درخواست پر فلیش پریس ٹیلی گرام کا مواد متعلقہ ٹیلی گرام بھیجے کی سہولت ہے۔ خصوصی درخواست پر فلیش پریس ٹیلی گرام کا مواد متعلقہ اخبار کے دفتر کو متعلقہ شہر کے تار گھر سے ''بذریعہ فون'' بھی پہونچایا جاتا ہے۔

پریس ٹیلی گرام پیشگی ادائیگی کے بغیر بھی بھیجے جانے کی سہولت ہے بشرطیکہ متعلقہ اخبار یا خبر رساں ایجنسی کے پاس ڈائرکٹر جنرل آف پوسٹ اینڈ ٹیلی گراف کی اجازت ہو۔ آٹھ ہفتوں تک کی اوسط رقم پیشگی بطور ضمانت لی جاتی ہے۔ اس لے لیے کم از کم رقم پچاس روپے مقرر ہے۔ اگر بل پندرہ دن میں ایک بار ادا ہوگا تو چھ ہفتوں کی رقم پیشگی وصولی کی جاتی ہے۔ اگر پیشگی جمع کی گئی رقم سے زیادہ کے پریس ٹیلی گرام بھیجے گئے ہیں تو محکمہ کو زیادہ رقم بطور ضمانت پیشگی طلب کرنے کا حق رہے گا۔ ایسے ٹیلی گراموں کے حساب و کتاب کی نگرانی کے لیے ٹیلی گراف چیک آفس کلکتہ (Telegraph check office Caccuutta) تین فیصد زیادہ رقم چارج کرتی ہے۔

اگر لائن مصروف نہیں ہے اور خود ریلوے محکمہ کے کاموں میں کوئی رکاوٹ نہیں پڑ رہی ہے تو ریلوے انتظامیہ بھی پریس ٹیلی گرام قبول کر کے رعایتی نرخوں پر پیغامات کی ترسیل کی ذمہ داری قبول کرتا ہے۔ جیسے ہی پریس ٹیلی گرام کسی تار گھر میں موصول ہوتے ہیں ان کی فوری تقسیم کا انتظام کیا جاتا ہے۔ یہ خدمت رات دن جاری رہتی ہے۔ ہر حال میں پریس ٹیلی گراموں کی تقسیم کو فوقیت دی جاتی ہے۔ غیر ممالک کے لیے بھی پریس ٹیلی گرام بھیجنے کی پوری سہولت ہے۔ ہر پریس ٹیلی گرام فارم پر ابتدائی حصہ میں پریس Press یا ارجنٹ پریس Urgent Press کی

عبارت لکھنی ضروری ہے۔

بغیر ادائیگی پریس ٹیلی گرام بھیجنے کی سہولت رکھنے والوں کو ایک تعارفی کارڈ دیا جاتا ہے۔ جو کارڈ آف اتھارٹی Card of authority کہا جاتا ہے۔ مطالبہ ہوتو ہر ٹیلی گراف آفس میں اس کا پیش کرنا ضروری ہوگا۔ ٹیلی گرام فارم پر اسی نامہ نگار کے دستخط ہونے ضروری ہیں جس کا نام اس کارڈ پر درج ہے۔

پریس ٹیلی گرام مندرجہ ذیل اداروں کے نام بھیجے جاسکتے ہیں:

۱۔ منظور شدہ اخبارات۔

۲۔ منظور شدہ رسائل۔

۳۔ حکومت کی جانب سے کام کرنے والے محکمہ اطلاعات۔

۴۔ خبر رساں ایجنسی

۵۔ ریڈیو اسٹیشن یا ٹیلی ویژن مرکز۔

انفرادی نام اور پتہ پر پریس ٹیلی گرام قبول نہیں کیا جاسکتا۔ اگر پریس ٹیلی گرام کی سہولت یا رعایت کا ناجائز استعمال ہوتو ''کارڈ آف اتھارٹی'' ضبط کرلیا جاتا ہے۔ پریس ٹیلی گرام ''تار کے پتہ Telegraphic address پر بھیجے جاسکتے ہیں۔ جو اخبارات یا ادارے عموماً پریس ٹیلی گرام وصول کرتے ہیں ان کا تار کا پتہ رجسٹر کیا جاسکتا ہے۔ غیر ملکی ٹیلی گرام انگریزی اور فرانسیسی زبانوں میں بھیجے جاسکتے ہیں۔

پریس ٹیلی گرام کا کم سے کم نرخ عام تار کے دس الفاظ کے لیے مقررہ نرخ کے برابر ہے۔ غیر ملکی پریس ٹیلی گرام اگر بروقت تقسیم نہ ہوں تو وصول کرنے والے ٹیلی گراف دفتر میں صرف تیس دن تک محفوظ رکھے جاتے ہیں۔ اس مدت کے بعد وہ

ٹیلی گراف چیک آفس کلکتہ بھیج دیے جاتے ہیں جہاں وہ زیادہ سے زیادہ دس مہینوں تک محفوظ رہتے ہیں۔

ہندوستان کے کئی بڑے شہروں میں فوٹو ٹیلی گرام قبول کیے جاتے ہیں۔ان کے تازہ نرخ نزدیک کے مرکز ٹیلی گراف آفس یا ڈائرکٹر جنرل آف پوسٹ اینڈ ٹیلی گراف سے حاصل کیے جاسکتے ہیں۔فوٹو ٹیلی گرام میں چند رنگوں کے استعمال کی ممانعت ہے جس کی تفصیلات بھی طلب کی جاسکتی ہیں۔فوٹو ٹیلی گرام مربع سینٹی میٹر کے حساب سے چارج کیے جاتے ہیں۔ ڈاک وتار کی زیادہ تفصیلی معلومات کے لیے پوسٹ اینڈ ٹیلی گراف گائڈ کے تازہ ترین ایڈیشن کا مطالعہ بہتر ہے۔ضروری اور فوری معاملات کی معلومات کے لیے مقامی افسران سے بھی رابطہ پیدا کیا جاسکتا ہے۔

ٹیلی فون قوانین

تازہ ترین ٹیلی فون ڈائرکٹری کا ہمیشہ اخبار کے دفتر میں موجود رہنا ضروری ہے۔کسی بھی ٹیلی فون ڈائرکٹری کے اوائل کے صفحات میں متعلقہ ٹیلیفون ایکسچینج کے ضروری نمبر اور اطلاعات کی وضاحت ہوتی ہے جنہیں پڑھنا اور یاد رکھنا مفید ہے۔

مقامی مدد Local Assistance مدد Assistance ڈائرکٹری پوچھ تاچھ Directory enquiry وغیرہ کے نمبر علیحدہ سے لکھ لیے جائیں۔ایمرجنسی ، پولیس، فائر بریگیڈ، ایمبولینس، کارپوریشن، ایرپورٹ، ریلوے وغیرہ کے انکوائری (معلوماتی) نمبر ایک چارٹ پر لکھنے کے بعد نمایاں جگہ پر آویزاں کریں۔

ٹیلی فون ڈائرکٹری میں کسی بھی فرد یا ادارہ کا نام جلی حروف میں شائع ہوسکتا ہے۔جس کے لیے کچھ زائد فیس ادا کرنی پڑتی ہے۔بہتر ہے کہ ہر اخبار اپنے نام

ڈائرکٹری میں جلی حروف Bold Types میں درج کرالے کیونکہ اس میں ایسا کوئی خاص خرچ نہیں آتا۔ ڈائرکٹری میں پتہ کے علاوہ کوئی اور اطلاع زائد چھپوانا ہوتو دس روپے کی فاضل فیس کے ساتھ ایسا اندارج ممکن ہے۔

اگر مصروفیت زیادہ ہے یادداشت کمزور ہوتو کسی خاص بات کی یاددہانی کے لیے ٹیلی فون کے محکمہ میں ریمائنڈر سروس Reminder Service کا اہتمام ہے۔ کسی بھی ضروری یاددہانی کی درخواستیں سات دن پیشگی بک کرائی جاسکتی ہیں۔ کسی خاص وقت کے لیے بذریعہ فون ''الارم'' Alaram کا بھی انتظام رہتا ہے۔ ٹیلی فون کے ذریعہ بالکل صحیح وقت بھی معلوم کیا جاسکتا ہے۔ فلموں ڈراموں، موسیقی پروگراموں اور دیگر تفریحی مصروفیات کی صحیح اطلاعات بھی محکمہ ٹیلی فون سے فراہم کی جاتی ہیں جس کے لیے اسپیشل انفارمیشن Special information کا مخصوص نمبر گھمانا پڑتا ہے۔ کھیل کود کے نتائج، اہم قومی خبریں۔ مقامی راستوں اور گلیوں کے بارے میں رہنمائی، بس ریل اور ہوائی جہاز کے درست اوقات، انتخابی نتائج وغیرہ کے لیے اس خدمت سے استفادہ کیا جاسکتا ہے۔ عام طور سے شہر سے متعلق کوئی بھی ضروری اطلاع اس محکمہ سے بذریعہ فون حاصل کی جاسکتی ہے۔ کسی بھی انگریزی لفظ کے ہندی یا علاقائی زبان میں متبادل لفظ کے لیے بھی ٹیلی فون محکمہ کی مدد مل سکتی ہے۔ تار بھیجنے کے لیے بیٹھی جگہ سے فونوگرام Phonogram کے نمبر تار کا مضمون بتایا جاسکتا ہے۔ عام تار برقی کے نرخ کے علاوہ اس خدمت کے لیے دو روپے فی تار زائد رقم اگلے ٹیلی فون بل میں وصول کیجاتی ہے۔ بعض تارگھروں میں دیوناگری رسم الخط میں تار بھیجنے کی سہولت ملتی ہے۔ ہندی تار نسبتاً انگریزی تار سے ارزاں ہوتے ہیں۔ مکمل تفصیلات کے لیے دیوناگری تار گائیڈ'' کا مطالعہ کیا جائے یا

کسی نزدیکی تار گھر سے ضروری معلومات حاصل کی جائیں۔انگریزی اور ہندی میں تہنیتی تار رعایتی نرخوں پر بھیجے جا سکتے ہیں۔تہنیتی تار ایک ماہ پیشگی بک کرائے جاسکتے ہیں۔عموماً تہنیتی تار رنگین تار فارم اور خوبصورت تار لفافے میں تقسیم کیے جاتے ہیں۔کسی بھی تار فارم کو بڑے اور کھلے حروف میں لکھنے سے زیادہ آسانی رہتی ہے۔

مستقل طور پر ٹیلی فون او، وائی ،ٹی O.Y.T یعنی Telephone own your منصوبہ کے تحت حاصل کیا جا سکتا ہے۔اس کے تحت آٹھ ہزار روپے کے ساتھ فون کی درخواست دی جاسکتی ہے۔اس پیشگی ادائیگی کے عوض ہر دو ماہ ٹیلی فون بل میں 24 روپے کی رعایت آئندہ بیس برسوں تک دی جاتی ہے۔

اخبار نویس ہر جگہ خصوصی طبقہ Special Category کے تحت ٹیلی فون کے لیے رسمی درخواست دے سکتے ہیں۔تسلیم شدہ اخباری نمائندوں اور اخبارات کے دفاتر کو ٹیلی فون عموماً جلد فراہم کر دیا جاتا ہے۔اس سہولت ک لیے علیحدہ درخواست فارم ہوتے ہیں جو قریبی ٹیلی فون مرکزی دفاتر سے حاصل کیے جا سکتے ہیں۔ صحافیوں کی طرح ڈاکٹروں، نرسوں، سماجی خدمت گذاروں،عوامی اداروں، چھوٹی سطح کی صنعتوں، دینی اداروں اور جنگ آزادی کے مجاہدین کو ٹیلی فون مہیا کرنے میں خصوصی ترجیح دی جاتی ہے۔

ٹیلی فون کے نرخ شہروں کے ٹیلی فون ایکسچنج کی مناسبت سے متعین کیے جاتے ہیں۔لہذا ہر شہر اور ہر گاؤں کے لیے عموماً علاحدہ نرخ نامہ ہوتا ہے۔بڑے شہروں میں آٹو میٹک اور کراس بار ایکسچینج ہیں جبکہ چھوٹے مقدمات پر اب تک قدیم طرز کے چھوٹے ایکسچینج بر سر عمل ہیں۔آج کل ایس، ٹی، ڈی STD یعنی سبسکرائبر

ٹرنک ڈائلنگ۔ Subscribers Trunk Dialling کا رواج عام ہے۔ ملک کے ڈیڑھ سو سے زائد مقامات ، ایس ، ٹی ، ڈی سے جڑے ہوئے ہیں۔ ہر مقام کا علیحدہ ایس ٹی ڈی نمبر مقرر ہے مثلاً بمبئی کے لیے ۰۲۲ کلکتہ کے لیے ۰۳۳ اور نئی دہلی کے لیے ۰۱۱ نمبر تخصیص کیا گیا ہے۔

ایس ، ٹی ، ڈی کی بل لوکل بل ہی میں جمع ہوتی ہے یعنی ایس ، ٹی ڈی کال کی علیحدہ بل نہیں بھیجی جاتی۔ ایس ، ٹی ، ڈی میں جتنی دیر چاہے ٹیلی فون پر بات چیت جاری رہ سکتی ہے۔ وقت کی کوئی حد مقرر نہیں اور درمیان گفتگو کسی قسم کی مداخلت نہیں ہوتی۔

پریس ٹرنک کال انہیں ٹیلی فون نمبروں پر بک کیے جاسکتے ہیں جو پریس ٹیلی فون Press Telephone کے طور پر باضابطہ طور پر رجسٹر ہیں۔ اسے عام ٹرنک کال کی طرح ہی سمجھا جاتا ہے۔ فرق صرف یہی ہے کہ نرخ میں ساڑھے بارہ فیصد کی رعایت دی جاتی ہے۔ پریس ٹیلی فون کی فہرست میں رجسٹری کے لیے قریبی ٹیلی فون دفاتر کے متعلقہ اکاؤنٹس آفیسر (ٹیلی فون ریونیو) سے رابطہ قائم کرنا چاہیے۔ ہندوستان سے سری لنکا ، نیپال ، پاکستان اور بنگلہ دیش جیسے پڑوسی ممالک کو ٹیلی فون کرنے کے لیے خصوصی اہتمام ہے۔ دنیا کے کسی بھی ملک کے کسی بھی ٹیلی فون نمبر پر گفتگو کرنے کے لیے ''انٹرنیشنل کال'' کے لیے ہر جگہ فہرست دستیاب ہے۔

اہم صحافتی حقوق

حکومت کی جانب سے اخبار نویسوں کی سہولت کے لیے ہر ممکنہ کوشش کی جاتی ہے۔ کئی بڑے شہروں میں سٹی بس میں گھومنے کے لیے خصوصی جرنلسٹس پاس جاری کیے جاتے ہیں جس کے ذریعہ اخبار نویس کسی بھی سٹی بس میں بس میں سفر کر سکتے

ہیں۔ بعض اسٹیٹ ٹرانسپورٹ کارپوریشنو میں دور دراز مقامات کا سفر کرنے کے لیے اخبار نویسوں کی کئی رعایتیں دی گئی ہیں۔ جہاں کہیں کوئی اہم تقریب ہوتی ہے اخبار نویسوں کے لیے ''پریس گیلری'' یا پریس باکس'' کا ضروری اہتمام کیا جاتا ہے ۔اسمبلی اور پارلیمان کے اجلاس میں شرکت کرنے اور وہاں کی خبروں کی تیز رفتاری سے ترسیل کرنے کے لیے کئی آسانیاں دی جاتی ہیں۔ صحافیوں کے لیے قریبی حصوں میں خصوصی کمروں کا انتظام رہتا ہے جسے ''پریس روم'' کہتے ہیں۔ اہم ترین واقعات کی نامہ نگاری کے لیے فوری اور ضروری سفر کے لیے محکمہ ریلوے اور ایر لائنز میں ٹکٹوں کے لیے صحافیوں کو خصوصی ترجیح دی جاتی ہے۔

محکمہ ریلوے میں ''ایمر جنسی کوٹہ'' کے نام سے اہم ریل گاڑیوں میں کچھ نشستیں مخصوص رہتی ہیں جس کے لیے نزدیکی اور متعلقہ ریلوے افسران سے رابطہ قائم کیا جاسکتا ہے۔ کئی اہم مقامات میں گھروں اور قطعات زمین کی تقسیم میں صحافیوں کا خصوصی حصہ نکالا جاتا ہے۔ بعض ریاستوں میں اسکوائر اور کار تقسیم میں صحافیوں کی درخواستوں کو خصوصی ترجیح دی جاتی ہے۔ اپنے مقامی پریس کلب یا منظور شدہ پیشہ ورانہ انجمن سے اخبار نویسوں کو ملنے والی مراعات کی جملہ تفصیلات جمع کی جاسکتی ہیں۔

دیگر ضروری پریس قوانین

ا۔ نئے اخبار یا رسائل نکالنے کا طریقہ کار:۔

نئے اخبار یا رسالہ کے لیے سب سے پہلے اپنے ضلع کے ڈپٹی کمشنر یا کلکٹر یعنی ڈسٹرکٹ مجسٹریٹ سے یا اپنے علاقہ کے ڈپٹی کلکٹر یا سب ڈویژنل آفیسر یعنی سب ڈویژنل مجسٹریٹ سے رابطہ قائم کرنا چاہیے۔ کسی بھی نئے اخبار یا رسالہ کے لیے

نئے ڈیکلریشن کے لیے ایک مخصوص فارم ہوتا ہے۔ڈیکلریشن میں ناشر کو چاہیے کہ وہ مجوزہ اخبار کا نام، اخبار کی زبان، وقفہ اشاعت روزانہ ہفتہ وار ماہانہ وغیرہ) اور دیگر مطلوبہ معلومات فراہم کرے۔ساتھ ہی مجوزہ نام کے متبادل Alternative ناموں کی فہرست بھی مہیا کی جائے۔ایسی فہرست میں پانچ یا دس نام تجویز کیے جاسکتے ہیں۔جس میں سے کسی ایک کا انتخاب رجسٹرار کی جانب سے کیا جائے گا۔

متعلقہ مجسٹریٹ ڈیکلریشن کو مصدقہ قرار دینے سے پہلے رجسٹرار آف نیوز پیپرس فار انڈیا، نئی دہلی سے رابطہ قائم کر کے یہ جاننے کی کوشش کرے گا تجویز شدہ ناموں میں سے کسی ایک نام کی منظوری مل سکتی ہے یا نہیں۔کوئی بھی نیا نام تجویز ہوتا ہے تو رجسٹرار کے دفتر میں موجود منظور شدہ ناموں کی فہرستوں کی مدد سے یہ یقین کر لینے کی کوشش کی جاتی ہے کہ متعلقہ زبان میں مجوزہ نام کا اخبار یا رسالہ ہندوستان کے کسی بھی مقام سے نہیں نکل رہا ہے۔اگر اسی نام کا اسی زبان میں اخبار کہیں سے بھی شائع ہو رہا ہے تو اس نام کی منظوری ہرگز نہیں دی جاتی۔ساتھ ساتھ یہ بھی دیکھا جاتا ہے کہ مجوزہ ناموں میں دیگر ناموں سے کوئی خاص مماثلت نہیں ہے جس سے خریداروں کو دھوکہ ہو۔ایسی تصدیق ہونے کے بعد رجسٹرار کے دفتر سے متعلقہ مجسٹریٹ کے دفتر کو منظوری یا نامنظوری کی اطلاع بھیجی جاتی ہے۔رجسٹرار کی اطلاع کی بنیاد پر وہی اطلاع دوبرہ مجسٹریٹ کے دفتر سے درخواست کنندہ ناشر کے نام و پتہ پر روانہ ہوتی ہے۔اگر مجوزہ ناموں میں سے کوئی ایک نام منظور ہو گیا ہے تو مجسٹریٹ ڈیکلریشن کی تصدیق کردے گا۔اگر مجوزہ نام ''نامنظور'' ہوئے ہیں تو ناشر سے کہا جائے گا کہ وہ مزید کچھ اور ناموں کی ایک تازہ فہرست پیش کرے۔ ایسی فہرستوں میں تمام نام ازروے ترجیح In order of Preference لکھنے

ہوتے ہیں۔ رجسٹرار آف نیوز پیپرز سے اخبار یا رسالہ کے نام کی مکمل منظوری کے بعد ہی داخل شدہ ڈیکلریشن کی باضابطہ تصدیق Authentication عمل میں آتی ہے۔

مصدقہ ڈیکلریشن فائل ہونے کے چھ ہفتوں کے اندر اندر مجوزہ روزانہ اخبار کی اشاعت کا آغاز ہونا ضروری ہے۔ روزانہ، دو روزہ، سہ روزہ او ہفت روزہ کے لیے بھی اسی مدت کی حد ہے یعنی اشاعت ڈیکلریشن کے دستخط ہونے کے چھ ہفتوں کے اندر شروع ہو جائے۔ دیگر معیادی جرائد یعنی پندرہ روزہ، ماہانہ وغیرہ کے لیے یہ مدت تین ماہ مقرر ہے۔

جب کبھی کسی ناشر یا طابع یا مدیر یا مالک اخبار میں تبدیلی ہوتی ہے تو متعلقہ مجسٹریٹ کے روبرو تازہ ڈیکلریشن پیش کرنا لازمی قرار دیا گیا ہے۔ اخبار کے نام میں کسی نوعیت کی تبدیلی کی جارہی ہے تو نئے ڈیکلریشن کی ضرورت پڑ جاتی ہے۔

اگر کوئی روزانہ، دو روزہ سہ روزہ ہفت روزہ یا پندرہ روزہ اخبار ایک سال میں آدھے شمارے شائع نہیں کر سکا ہے تو ڈیکلریشن کی ضرورت پڑتی ہے۔ مثلاً روزانہ اخبار 365 دن میں □188 سے زیادہ شمارے شائع کرے، ہفتہ وار اخبار سال میں کم از کم 62 شمارے نکالے۔ دیگر معیادی جرائد کے بارے میں ضابطہ ہے کہ کسی پرچہ کی بارہ مہینے اشاعت نہیں ہوئی ہے تو ڈیکلریشن ختم ہو جاتا ہے۔ تجدید اشاعت کے لیے دوبارہ نیا ڈیکلریشن لینا پڑتا ہے۔

اخبار کے ہر شمارہ میں ہر طباعتی اشاریہ یعنی امپرنٹ Imprint کا ہونا ضروری ہے جس میں ناشر، طابع اور مالک کا نام اور مقام اشاعت کا مکمل پتہ درج ہونا لازمی ہے۔ مدیر کا نام علاحدہ اور واضح طور پر درج ہو۔ دیگر مزید تفصیلات ڈسٹرکٹ

مجسٹریٹ کے دفتر سے یا براہ راست رجسٹرار کے دفتر سے حاصل کی جاسکتی ہے۔

۲۔ اخباری کاغذ کے لیے درخواست:

وہ اخبار جو پہلی بار اخباری کاغذ یعنی نیوز پرنٹ کے لیے درخواست دے رہا ہے وہ مخصوص فارم پر اپنی درخواست رجسٹرار آف نیوز پیپرس فار انڈیا رام کرشنا پورم، نئی دہلی ۱۱۰۰۶۶ کے نام سے بھیجے نیوز پرنٹ کی تقسیم یعنی Allocation پالیسی تقریبا ہر سال بدلتی ہے اوراس کا باقاعدہ اعلان ہوتا رہتا ہے۔

درخواست نامے ایک زائد نقل کے ساتھ بھیجنے ضروری ہیں۔ یعنی In Duplicate پیش کیے جائیں۔ نیوز پرنٹ کے لیے مطبوعہ درخواست نامے (فارم چیف کنٹرولر آف امپورٹس اینڈ ایکسپورٹس، نئی دہلی، رجسٹرار آف نیوز پیپرس فارم انڈیا نئی دہلی یا باقاعدہ طور پر نیوز پرنٹ درآمد کرنے والے منظور شدہ امپورٹرس اور فروخت کنندگان سے حاصل کیے جاسکتے ہیں۔

کس اخبار کو کتنا نیوز پرنٹ دیا جاسکتا ہے اس کا صحیح اندازہ تازہ ترین پالیسی کے تحت رجسٹرار آف نیوز پیپرس کے دفتر سے رابطہ قائم کرکے لگایا جاسکتا ہے۔ ایسا طے کرتے وقت اخبار کے سائز اوسط صفحات کی تعداد، اشاعت کے تسلسل، اخبار کی تعداد اشاعت جیسے امور کو ملحوظ خاطر رکھا جاتا ہے اور ایک کوٹہ مقرر کیا جاتا ہے۔ اس منظور شدہ کوٹہ کی باضابطہ اطلاع اسٹیٹ ٹریڈنگ کارپوریشن آف انڈیا یا نیشنل نیوز پرنٹ اینڈ پیپر ملس لمیٹڈ نیپانگر مدھیہ پردیش، کو دی جاتی ہے۔

جن اخبارات کی تعداد اشاعت یومیہ دو ہزار کاپیوں سے تجاوز کرتی ہے ان کے لیے لازمی ہے کہ وہ اخباری کاغذ کی کھپت کا حساب معہ جملہ مستند تفصیلات فراہم کریں۔ ایسے حساب کے ساتھ چارٹرڈ اکاونٹنٹ کا تصدیق نامہ سرٹیفکیٹ منسلک ہونا

ضروری ہے۔ اخباری کاغذ کے کوٹہ کی منظوری اور وصول یابی میں تاخیر سے بچنے کا بہترین طریقہ ہے کہ متعلقہ فارم میں دریافت کی گئی تمام معلومات کے صحیح جوابات احتیاط، دیانت اور پوری ذمہ داری کے ساتھ درج کیے جائیں، غلط یا نامکمل جوابات کی وجہ سے نیوز پرنٹ کے کوٹے کی منظوری اور کاغذ کی فراہمی میں رکاوٹ یا تاخیر ہوسکتی ہے۔

سال گذشتہ میں کسی بھی اخبار کی مسلسل اشاعت کی بنیاد پر نیوز پرنٹ کے کوٹہ کا تعین کیا جاتا ہے۔ اگر مستقل شماروں کی تعداد میں پچاس فی صد سے زیادہ مگر 75 فی صد سے کم رکاوٹ ہوئی ہے تو نیوز پرنٹ کے کوٹہ میں 25 فی صد کاغذ کی تخفیف کر دی جاتی ہے۔ جس اخبار کی مسلسل اشاعت میں 25 فی صد سے زیادہ اور پچاس فیصد سے کم رکاوٹ ہوئی ہے وہاں نیوز پرنٹ کوٹہ میں 50 فی صد کی تخفیف کر دی جاتی ہے۔ اشاعت کے تسلسل کے تیقن کے لیے رجسٹرار آف نیوز پیپرس کے دہلی دفتر (برائے ہندی، انگریزی، اردو اور سنسکرت) اور دیگر معین شدہ علاقائی دفاتر اور پریس انفارمیشن بیورو کی شاخوں میں آئی ہوئی متعلقہ اخبار یا رسالہ کی کاپیوں سے حساب لگایا جاتا ہے۔

تعداد اشاعت کے سلسلہ میں رجسٹرار کی جانب سے لگائے گئے اندازے ہی صحیح تصور کیے جاتے ہیں۔ دو سال میں ایک مرتبہ ایسی تعداد اشاعت پر نظر ثانی کی جاسکتی ہے۔ جس اخبار کی تعداد اشاعت کے بارے میں رجسٹرار کی جانب سے یہ اعلان ہوجائے کہ اس اخبار کی تعداد اشاعت متعین نہ ہوسکی۔ یعنی Unestablished ثابت ہوجائے تو ایسے اخبارات کے لیے کوئی کوٹہ منظور نہیں کیا جاتا۔

جس اخبار کا ناشر چالیس میٹرک ٹن سے زیادہ مقدار کے نیوز پرنٹ کا خواہاں ہے اس کے لیے لازم ہے کہ وہ اپنی درخواست کے ساتھ سرکاری خزانہ سے ایک تدریجی سطح کا چالان Challan منسلک کرے اور یہ طریقہ عمل امپورٹ ٹریڈ کنٹرول ہینڈ بک اینڈ پروسیجر Import Trade control Handbook and Procedure میں واضح کیے گئے قوانین وضوابط کے عین مطابق ہو۔ناشر کے لیے مزید ضروری ہے کہ وہ انکم ٹیکس ویری فی کیشن سرٹیفکیٹ فار ایگزمپشن Income Tax Verification Certificate for exemption کا نمبر بھی درج کرے یہ نمبر جائنٹ چیف کنٹرولر اف امپورٹس اینڈ ایکسپورٹس سے حاصل کیا جاسکتا ہے بشرطیکہ درخواست شدہ نیوز پرنٹ کی مقدار چالیس میٹرک ٹن سے تجاوز کرتی ہے۔

۳۔ اخبارے شماروں کی فراہمی:

ہندوستان میں شائع ہونے والے ہر اخبار کے ناشر پر یہ فرض عائد ہے کہ اشاعت سے اڑتالیس گھنٹوں کے اندر وہ رجسٹرار آف نیوز پیپرس فار انڈیا، نئی دہلی یا دیگر تجویز شدہ دفاتر کو اپنے شائع شدہ اخبار کی ایک کاپی لازمی طور ارسال کرے ۔کس زبان کا اخبار کس دفتر میں بھیجا جانا ضروری ہے۔اس کا پتہ مندرجہ ذیل فہرست سے بہ آسانی نوٹ کیا جاسکتا ہے۔

زبان کا نام　　　　دفتر جسے ہر اخبار کے ہر شمارہ کی ایک کاپی بھیجی جائے

ا۔ ہندی ،اردو، انگریزی، سنسکرت،

دولسانی (Bilingual) اور ہمہ لسانی (Multi-Lingual)

رجسٹرار آف نیوز پیپرس فار انڈیا، ویسٹ بلاک VIII ۔آر کے، پورم، نئ دہلی

110066

i۔ پنجابی آفیسر ان چارج

پریس انفارمیشن بیورو،	جالندھر
بنگالی	کلکتہ
اڑیہ	کٹک
آسامی	گوواہتی
تامل	مدراس
تیلگو	حیدرآباد (اے پی)
ملیالم	ترووندرم
مراٹھی	بمبئی
گجراتی	احمدآباد
کنٹری	بنگلور

ii۔ ان کے علاوہ دیگر زبانیں: رجسٹرار آف نیوز پیپرس فار انڈیا

Registrar of Newspapers

for India , West Block VIII, R.K. Puram, New Delhi

110066

4۔ رجسٹریشن:

جیسے ہی کوئی نیا اخبار یا رسالہ نکلے متعلقہ ناشر کا یہ فرض ہے کہ اپنے جریدہ کے پہلے شمارہ کی ایک کاپی رجسٹرار آف نیوز پیپرس فار انڈیا ۔آر کے، پورم نئ دہلی

110066 کے نام روانہ کرے۔ ساتھ میں مصدقہ Authenticated ڈیکلریشن کی ایک نقل ضرور منسلک کی جائے جو متعلقہ ڈسٹرکٹ مجسٹریٹ سے ملتی ہے۔ پہلے شمارے اور ڈیکلریشن کی نقل کی وصولی ساتھ ہی رجسٹرار اپنے رجسٹرار میں متعلقہ اخبار کا اندارج کرلیتا ہے اور ثبوت کے طور پر ایک رجسٹر نمبر جاری کیا جاتا ہے۔ ساتھ میں ایک سرٹیفکیٹ آف رجسٹریشن Certificate of Registration بھی روانہ کی جاتی ہے۔ کسی بھی اخبار کے رجسٹریشن نمبر کا اخبار میں نمایاں طور پر شائع کرنا بہتر ہے۔

۵۔ طباعتی مشینری کے لیے درخواست:

کمپوزنگ یا پرنٹنگ غیر ممالک سے منگوائی ضروری ہے تو چیف کنٹرولر آف امپورٹس اینڈ ایکسپورٹس سے متعلقہ مطبوعہ فارم حاصل کیے جائیں۔ ضروری معلومات اور ہدایات کے لیے پراجیکٹ اینڈ اکوپمنٹ کارپوریشن آف انڈیا لمیٹڈ Project and equipment corporation of India New Delhi سے رابطہ قائم کیا جائے۔ مذکورہ کارپوریشن کے نام ضروری درخواستیں RNI.M (II) اور M (I)□ نامی فارموں پر بھیجی جائیں۔ فارموں کے نمونے Proformae رجسٹرار آف نیوز پیپرس کے دفتر سے طلب کیے جائیں۔ مزید تفصیلات کے لیے ان دو اہم دفاتر سے رابطہ قائم کیا جائے۔

۶۔ سالانہ اعلان نامہ:۔

ہر اخبار کے ناشر کا یہ فرض ہے کہ وہ سالانہ ایک گوشوارہ پریس رجسٹرار کے نام مجوزہ فارم میں بھرتی کر کے روانہ کرے۔ یہ فارم نمبر II□ کہلاتا ہے اور اس کی

تفصیل ایکٹ اینڈ رولز میں واضح طور پر درج ہے۔ ایسے سالانہ اعلان نامہ کا ہر سال فروری کے آخری ہفتہ سے پہلے بھیج دیا جانا ضروری ہے۔

جس اخبار کی تعداد اشاعت دو ہزار کاپیوں سے زیادہ ہے اسے اپنی تعداد اشاعت کے ثبوت میں چارٹرڈ اکاونٹنٹ کی سرٹیفکیٹ منسلک کرنی ہوگی۔

سالانہ تفصیلات کی عدم روانگی ایک جرم ہے۔ یکم مارچ 1970ء تک ترمیم شدہ قوانین پریس اینڈ رجسٹریشن آف بکس ایکٹ 1867ء کی دفعہ 19 کے یعنی 19-K کے تحت ڈسٹرکٹ مجسٹریٹ کورٹ دہلی میں متعلقہ اخبار کے خلاف قانونی کاروائی ہوسکتی ہے۔

ایکٹ اور رولز کے تحت فارم VIII میں ضروری تفصیلات کا متعلقہ اخبار کے فروری آخری دن کے بعد شائع ہونے والے پہلے شمارے میں ہر سال شائع کرنا لازمی ہے۔

۷۔ رجسٹرار کی سالانہ رپورٹ:

رجسٹرار آف نیوز پیپرس فار انڈیا کی جانب سے ہر سال ایک تفصیلی رپورٹ مرتب ہوتی ہے اور حکومت کو پیش کی جاتی ہے۔ اس سالانہ رپورٹ میں ملک کے اخبارات کے بارے میں جملہ اعداد و شمار اور تفصیلات کا اندراج رہتا ہے ایسی سالانہ رپورٹ انہیں گوشواروں کی مدد سے تیار کی جاتی ہے جو انفرادی اخبارات اور رسائل کی جانب سے ہر سال رجسٹرار کے دفتر میں موصول ہوتے ہیں۔ لہذا اخبارات کے ناشرین کا فرض ہے کہ وہ اپنے گوشواروں میں مطلوبہ معلومات درست طور پر اور ضروری تفصیل کے ساتھ مہیا کریں تاکہ رجسٹرار کے دفتر میں تازہ ترین معلومات اور متعلقہ اعداد و شمار کے ساتھ ایک مبسوط اور مستند سالانہ رپورٹ تیار

کرنے میں زیادہ سے زیادہ آسانی رہے۔

۸۔ تعداد اشاعت کی تصدیق:۔

پریس اینڈ رجسٹریشن آف بکس ایکٹ 1867 کی دفعہ 19۔الیف کے تحت پریس رجسٹرار یا اس کے نامزد شدہ کسی بھی گزیٹیڈ آفیسر کو یہ حق ہے کہ وہ کسی بھی اخبار کے دفتر کا اچانک معائنہ کر کے تعداد اشاعت سے متعلق حساب و کتاب کا جائزہ لے۔ایسے معائنہ میں اخبار کے منتظمین کا فرض ہے کہ وہ تمام بہی کھاتے اور مطلوبہ دستاویز میں مذکورہ افسر کے حوالے کریں اور ہر پوچھے جانے والے سوال کا تسلی بخش جواب دیں۔ نیوز پرنٹ کے کوٹہ کے تعین کے لیے ایسے معائنہ کی رپورٹ پر ضروری توجہ دی جاتی ہے۔اگر ضروری حساب و کتاب باضابطہ طور پر نہ رکھا گیا ہو یا مطلوبہ دستاویز پیش نہ ہوں تو معائنہ کرنے والا افسر مجبوراً یہ فیصلہ کر دے گا کہ تعداد اشاعت کا تعین نہیں کیا جا سکا۔ اسے Unestablished سرکولیشن کا نام دیا جائے گا اور متعلقہ اخبار کو نیوز پرنٹ کے کوٹہ سے محروم ہونا پڑے گا۔اس کے علاوہ اخبار کے خلاف تادیبی کاروائی بھی کی جاسکتی ہے۔ناشرین اخبارات کی سہولت کے لیے تعداد اشاعت کے معائنہ کے لیے ملک بھر میں چار مراکز قائم کیے گئے ہیں۔شمال ہند کا سرکیولیشن آفیسر دہلی میں متعین ہے۔جنوبی ہند کے سرکولیشن آفیسر کا دفتر مدراس میں ہے مغربی ہند کے لیے سرکولیشن آفیسر بمبئی میں مقیم ہے اور مشرقی ہند کے لیے دفتر کلکتہ میں قائم کیا گیا ہے۔

۹۔ ڈیکلریشن کی منسوخی:

جب کوئی اخبار اپنی اشاعت بند کر رہا ہے تو طابع اور ناشر کا یہ فرض ہے کہ وہ متعلقہ ڈسٹرکٹ مجسٹریٹ کے دفتر میں جا کر اخبار کی اشاعت کے بند ہونے کا ضروری ڈیکلریشن داخل کر دیں۔ ایسا ڈیکلریشن داخل نہ کرنا ایک جرم ہے جس کے خلاف پریس اینڈ رجسٹریشن ایکٹ کی دفعہ 15۔اے کے تحت کاروائی ہو سکتی ہے۔

۱۰۔اپیل:

پریس اینڈ رجسٹریشن آف بکس ایکٹ 1867ء کے تحت کوئی شکایت پیدا ہوگئی ہے تو متعلقہ اخبار کا فرض ہے کہ وہ اپنی اپیل اس پتہ پر بھیجے:۔

دی اپیلیٹ بورڈ Appellate Board یونین منسٹری آف انفارمیشن اینڈ براڈ کاسٹنگ پریس سیکشن نئی دہلی۔

باب 25

صحافی انجمنیں

ہندوستانی صحافت کی تاریخ کشمکش سے بھری پڑی ہے۔ ملک کے پہلے اخبار ہکیز بنگال گزٹ، Hickys Bengal Gazette کی اشاعت 29 جنوری 1780ء کو ہوئی۔ اس تاریخی دن سے آج تک اخبارات اور حکومت سے مقابلہ کی روایت جاری ہے۔ جب کبھی سرکاری پابندیوں نے اخبارات کی راہوں کو مسدود کرنے کی کوشش کی اخبارات نے بے باکی سے اپنی آواز اٹھائی ہے۔ حکومت کی اخبارات دشمن پالیسی کے خلاف سب سے پہلی آواز 1823ء میں اٹھائی گئی جب ایک حکم نامہ جاری ہوا تھا کہ بغیر لائسنس حاصل کیے کوئی بھی فرد چھاپہ خانہ شروع کرنے کی کوشش نہ کرے۔ مشہور سماجی مصلح راجہ رام موہن رائے نے اس پابندی پر احتجاج کیا۔ ان کی ہمنوائی میں چندر کمار ٹیگور، دوارکا ناتھ ٹیگور، ہرچند گھوش گوری چرن بنرجی اور پرسنا کمار گھوش نے بھی سپریم کورٹ کے نام بھیجے گئے احتجاجی درخواست نامے پر اپنے دستخط کیے تھے۔

وائسرائے لارڈ کیننگ کے خلاف 1857ء میں ملکہ برطانیہ کے نام ایک یادداشت بھیجی گئی تھی جس میں ہندوستان میں شائع ہونے والے اینگلو انڈین اخبارات نے یہ شکایت کی تھی کہ وائسرائے ہندوستانی اور اینگلو انڈین اخبارات میں کوئی تمیز نہیں کرتے۔ مطالبہ بھی کیا گیا تھا کہ لارڈ کیننگ کو واپس بلا لیا جائے۔ سر سریندر ناتھ بنرجی اور ان کے ساتھیوں نے 1877ء میں دہلی میں ایک عرض داشت

حکومت ہند کو پیش کی تھی جس میں وائسرائے لارڈ لٹن سے خصوصی درخواست کی گئی تھی کہ وہ اخبارات کی آزادی میں حائل ہونے والے کسی قانون یا ضابطہ کو نافذ نہ کریں۔ کرستو داس پال مدیر ''ہندو پیٹریٹ'' نے 1881ء میں ایک اپیل پیش کر کے پریس کمشنر کے عہدہ کی بحالی کا مطالبہ کیا تھا کیونکہ لارڈ رپن کے زمانہ میں یہ عہدہ ختم کر دیا گیا تھا۔ کہتے ہیں کہ ملک بھر کے تقریباً سبھی ہندوستانی اخبارات کے مدیران نے اس اپیل پر اپنے دستخط ثبت کیے تھے۔ صرف تین مدیروں نے اپنے دستخط کرنے سے انکار کر دیا تھا۔

مقتدر اور مقبول صحافیوں کی پیش کی جانے والی درخواستوں پر حکومت خصوصی توجہ دیا کرتی تھی۔ کشمیر کے بارے میں 1889ء میں مشہور بنگالی روزنامہ ''امرت بازار پتریکا'' میں ایک اہم سرکاری دستاویز کی اشاعت سے ناراض ہو کر حکومت نے ایک نیا قانون آفیشل سیکریٹس ایکٹ Official Secrets Act کے نام سے جاری کیا جس کی رو سے بعض اہم خفیہ سرکاری معلومات کی اخبارات میں اشاعت پر مکمل پابندی عائد کر دی گئی۔ اس قانون کے نفاذ سے پہلے یہ رواج تھا کہ کوئی بھی صحافی کسی بھی سرکاری نوٹ بھی لے سکتا تھا۔ ملک کے تحفظ کے نام پر یہ رعایت بھی ختم کر دی گئی۔ حکومت کے خلاف باغیانہ تحریروں کی پاداش میں لوکمانیہ بال گنگادھر تلک پر مقدمے چلائے گئے اور انہیں کڑی سزائیں دی گئیں۔ انہوں نے الزام لگایا تھا کہ طاعون کی روک تھام کی خاطر ٹیکے لگانے کی مہم کے دوران حکومت نے ہندوؤں کے مذہبی جذبات کو ٹھیس لگائی تھی۔ ایک مشہور بنگالی اخبار ''بنگاباسی'' نے الزام لگایا تھا کہ Age of Consent Bill نامی قانون منظور کر کے ہندو مذہب کے عقائد میں بے جا دخل اندازی کی گئی تھی۔

تاریخی اعتبار سے ہندوستان کی پہلی صحافی انجمن Native Press Association کے نام سے 1891ء قائم ہوئی تھ۔ اس انجمن کے تحت ہمعصر اخبارات کی بہتر نمائندگی کی گئی۔ لارڈ پن کے زمانہ میں 1908ء میں ایک اور قانون News Papers (Incitement to Offences) Act کے نام سے نافذ ہوا جس کے ذریعہ اخبارات پر مکمل کنٹرول رکھنے کی کوشش کی گئی۔ اخبارات کی ایک مضبوط اور منظم انجمن کی ضرورت محسوس ک کرتے ہوئے 1915ء میں ''پریس ایسوی ایشن آف انڈیا Press Association of India کی بنیاد ڈالی۔ ایک جائزے کیمطابق 1919ء تک ساڑھے تین سو چھاپہ خانوں پر جرمانے عائد کیے گئے تھے۔ تین سو اخبارات سے زر ضمانت طلب اور وصول کی گئی جو پانچ لاکھ روپیوں سے تجاوز کرتی تھی۔ پریس ایکٹ 1910ء ایک سخت قانون تھا جس کی وجہ سے سینکڑوں اخبارات جانبر نہ ہوسکے۔ پریس ایسوی ایشن آف انڈیا کے ایک وفد نے لارڈ چیمسفورڈ سے ملاقات کی اور اخبارات کی مصیبتوں کا مکمل حال بیان کیا۔ شکایت کی گئی کہ حکام پریس ایکٹ قوانین کے نفاذ میں غیر ضروری بالادستی سے کام لے رہے ہیں۔ مگر اس وفد کی پیش کی ہوئی عرضداشت کا کوئی خاص نتیجہ نہ نکلا۔ جب 1921ء میں سپرو کمیٹی کا اعلان ہوا تو اخبارات کو اپنی مشکلات اور پریس قوانین کی سختیوں کے بارے میں پر زور احتجاجی شکایات پیش کرنے کا موقعہ ملا۔

موجودہ صدی کے پہلے دہوں میں ملک کے کئی حصوں میں مختلف اور متعدد صحافی انجمنیں قائم ہوئیں۔ کچھ ضلعی سطح پر اور کچھ ریاستی سطح پر اپنی کارگذاری میں مصروف رہیں۔ بیشتر انجمنیں بمبءی اور کلکتہ میں سرگرم عمل رہیں۔ ایسی انجمنیں کی

افادیت سے متاثر ہوکر محسوس کیا گیا کہ ہر جگہ صحافتی انجمنیں قائم ہوں تو اتحاد اور اتفاق سے اخبارات کے مسائل متعلقہ حکام کے پاس زیادہ وزن اور معقولیت کے ساتھ پیش کیے جا سکتے ہیں۔ بعض جگہ تحصیلی سطح پر بھی چھوٹے اخبارات اور مقامی اخبارنویسوں کی انجمنیں قائم ہوئیں۔

دوسری عالمی جنگ کے آغاز کے ساتھ ایک بار پھر حکومت نے اخبارات کے ساتھ سخت رویہ اپنانا شروع کر دیا اور ان کی کئی آزادیاں سلب ہوئے لگیں۔ سنسر شپ عائد کردی گئی۔ ایسے ناسازگار حالات میں ہر جگہ محسوس کیا گیا ملکی سطح پر نمائندہ اور طاقتور صحافتی انجمنیں قائم ہوں تو اخبارات کی بہتر اور موثر نمائندگی ہو سکے گی۔ کافی غور و خوص اور وسیع پیانہ پر تیاریوں کے بعد ''انڈین اینڈ ایسٹرن نیوز پیپر سوسائٹی'' کا قیام عمل میں آیا۔

انڈین اینڈ ایسٹرن نیوز پیپر سوسائٹی

آئی ای این ایس یعنی انڈین اینڈ ایسٹرن نیوز پیپر سوسائٹی EasternIndian and Newspaper Society اخبارات کے ناشرین اور مالکان کی ایک مقتدر انجمن ہے۔ یہ 1939 ءمیں قائم ہوئی۔ ہندوستان کے علاوہ دیگر کئی ایشیائی ممالک کے اخبارات بھی اس کے رکن ہیں۔

اس موقر سوسائٹی کا عین مقصد اخبارات شائع کرنے والے افراد اور اداروں کے جملہ مفادات کا تحفظ ہے۔ ایسی تمام کاروائیوں کے خلاف احتجاجی آواز اٹھائی جاتی ہے جس سے اخبارات کی اشاعت میں رکاوٹ یا تاخیر پیدا ہوسکتی ہے۔ قانون ساز اسمبلیوں، حکومتوں، عدالتوں، بلدیہ اداروں، مقامی سرکاری اور نیم سرکاری اداروں سے جب کوئی ایسا فیصلہ ہوتا ہے جس سے اخبارات کی حق تلفی ہوتی

ہے یا کسی بھی نوعیت کی مشکلات کا سامنا ہوتا ہے تو ناشران کی یہ مستند اور موثر سوسائٹی آگے بڑھتی ہے اور پیدا شدہ مسائل کا عملی حل نکالنے کی ہر ممکنہ سعی کرتی ہے۔

یہ انجمن اخبارات کی اشاعت سے متعلق تمام ضروری تفصیلات اور تازہ ترین معلومات جمع کرنے میں پیش پیش رہتی ہے۔ اخبارات کے دفاتر سے عملی اشتراک کرنا اس سوسائٹی کے مقاصد میں سے ایک اہم مقصد ہے۔ اہم مسائل کا حل ڈھونڈ نکالنے کی غایت سے سوسائٹی وقتاً فوقتاً کانفرنسیں، سیمینار یا اسی نوع کی نشستیں منعقد کرتی ہے جہاں مشکلات کے جائزے لیے جاتے ہیں اور ضروری اقدام کے بارے میں غور وخوص کیا جاتا ہے۔ آئی ای این ایس کا ایک دفتر کئی برسوں سے لندن میں بھی برسرعمل ہے۔

انڈین اینڈ ایسٹرن نیوز پیپر سوسائٹی ایک ضابطہ اور مسلمہ تنظیم ہے جس کی سب سے اہم خدمت معیاری اڈورٹائزنگ ایجنسیوں کی ''منظوری'' یا اکری ڈی ٹیشن Accreditation ہے۔ صرف ایسی اڈورٹائزنگ ایجنسیوں کو آئی ای این ایس کی جانب سے ''تسلیم'' کیا جاتا ہے جو مضبوط بنیاد پر قائم ہیں اور باضابطہ طور پر اشتہار بازی کی تجارت میں مشغول ہیں۔ ان کا منظم، معتبر اور معیاری ہونا ضروری ہے۔ جس کے لیے سوسائٹی کی جانب سے بڑی کڑی شرائط مقرر ہیں۔ اس باوقار اور مستند سوسائٹی کی رکنیت حاصل کرنے اور منظوری Accreditation حاصل کرنے کے لیے کسی بھی اڈورٹائزنگ ایجنسی کو اپنی مالی برتری، سہولتوں، صلاحیتوں، تجربوں اور حالیہ تجارتی کامیابیوں کا ثبوت فراہم کرنا ہوتا ہے۔ اشتہار بازی کے میدان عمل میں ضابطہ اخلاق کی پیروی کرتے ہوئے اعلیٰ سطح پر اشتہاری تجارت

کرنے والے اداروں کو ہی ضروری، منظوری، بخشی جاتی ہے۔ اس سوسائٹی کی "منظوری" کسی بھی اڈورٹائزنگ ایجنسی کے لیے وقار اور فوائد کا وسیلہ ثابت ہوتی ہے۔ سوسائٹی اپنی جانب سے بھی ہونہار، فعال، سنجیدہ اور معقول اڈورٹائزنگ ایجنسیوں کو پھلنے پھولنے کے متعدد بہتر مواقع فراہم کرتی ہے اور وہ اپنے اشتراک عمل سے ایجنسیوں کو بہتر خریدار یا سرپرست حاصل کرنے میں مدد دیتی ہے۔ قومی سطح پر اشتہارات دینے والے مشتہر صرف ایسی ایجنسیوں کی معرفت تشہیر کو ترجیح دیتے ہیں جو اس سوسائٹی کے اراکین ہیں اور اس کی کسوٹی پر پورے اترتے ہیں۔ آئی ای این ایس سے منظور شدہ اڈورٹائزنگ ایجنسیوں کو اشتہارات قرضہ پر شائع کرانے کے علاوہ دیگر کئی اور مراعات بھی میسر رہتی ہے۔

حال ہی میں سوسائٹی کی جانب سے مرکزی حکومت کے زیر سرپرستی چلنے والے متعدد صنعتوں کی فہرست مرتب کی گئی ہے جن کی عمومی تشہیر ڈائرکٹوریٹ آف اڈورٹائزنگ اینڈ وژول پبلسٹی Directorate of dvertising and Visual Publicity کی ذمہ داری ہے۔ سوسائٹی نے یہ روایت قائم کی ہے کہ ڈی اے وی پی (D.A.V.P) کو ایسے اشتہارات کے لیے پندرہ فی صد رعایت ملے۔ البتہ شرط لگادی گئی ہے کہ ایسے اشتہارات خالص تجارتی انداز کے نہ ہوں۔

آئی ای این ایس کی سالانہ نشستوں میں گذشتہ سال کی جملہ سرگرمیوں کا جائزہ لیا جاتا ہے اور نئی پالیسیوں کے بارے میں اہم فیصلے کیے جاتے ہیں۔ اخباری کاغذ سے متعلق مسائل حل کرنے میں بھی آئی ای این ایس ہمیشہ بیدار اور فعال رہی ہے۔

سوسائٹی کی رکنیت کسی بھی اخبار کا مالک انفرادی حیثیت سے بھی حاصل کرسکتا

ہے۔کسی فرم یا کمپنی یا ٹرسٹ کو جو اخبارات کی مالک ہو سوسائٹی کی رکنیت مل سکتی ہے
۔

ہندوستان بھر کی ایک سو سے زیادہ اڈورٹائزنگ ایجنسیاں آئی ای اے ایس کی تسلیم ے منظور شدہ ہیں اور اس ناطے سے انہیں اخبارات ،حکومت اور مشتہرین سے کئی مسلسل فائدے حاصل رہتے ہیں۔سوسائٹی کی جانب سے ایک جریدہ انڈین پریس The Indian Press کے نام سے شائع ہوتا ہے جس میں معیاری تحقیقی مقالات شائع ہوتے ہیں۔نئی دلی میں رفیع مارگ پر سوسائٹی کی اپنی عمارت ہے جس میں سوسائٹی کے علاوہ کئی اخبارات کے دفاتر قائم ہیں۔

آل انڈیا نیوز پیپر ایڈیٹرز کانفرس

ہندوستانی اخبارات کے مدیروں کی یہ انجمن آل انڈیا نیوز پیپر ایڈیٹرز کانفرس'' All India Newsaper Editors Conference 1940ء میں قائم ہوئی۔دوسری عالمی جنگ کے آغاز کے بعد عمومی حالات غیر اطمینان بخش تھے۔برطانوی حکومت کی جانب سے ہندوستانی اخبارات پر کئی سخت پابندیاں عائد کردی گئی تھیں۔اخبارات و رسائل کے مدیر آئے دن کے نت نئے ایسے قوانین سے پریشان تھے جس سے اخبارات کی باقاعدہ اشاعت میں کئی رکاوٹیں پیدا ہو رہی تھیں۔حالات کا تقاضہ تھا کہ مدیران اخبارات سر جوڑ کر بیٹھیں اور اپنے مسائل کا جائزہ لیں۔عجلت کے ساتھ مدیران کی ایک کانفرس ۲۶ اکتوبر 1940ء کو منعقد ہوئی۔یہ کانفرس توقع سے زیادہ کامیاب رہی۔مدیران کی باہمی گفت وشنید سے کئی مسائل سامنے آئے اور کئی مسائل کے حل پر بھی فراخ دلانہ بحث ومباحثہ ہوا۔طے پایا کہ حکومت کے سامنے اہم مسائل پیش کر کے کچھ ضروری رعایتیں طلب کی

جائیں۔ اسی اولین کانفرس میں یہ تجویز پیش اور منظور ہوئی کہ اس کانفرنس کو ایک مستقل صورت دے دی جائے اور ملک بھر کے مدیران کا تعاون حاصل کیا جائے۔ اتفاق رائے سے ادارہ کا نام آل انڈیا نیوز پیپر ایڈیٹرز کانفرس' 'ہی جاری رکھا گیا۔

جب سے یہ ادارہ عالم وجود میں آیا ہے اخبارات کی آزادی کے لیے سرگرم عمل رہا ہے۔ ہر ایسی حرکت کی سخت مخالفت کی گئی ہے جس سے اخبارات کی آزادی کو دھکا لگتا ہے۔ کانفرس کا مقصد ہے کہ ہندوستان میں صحافت کا معیار ہمیشہ بلند رکھا جائے۔ صحافتی روایات کا ہر سطح پر احترام ہو۔ ایک غرض یہ بھی ہے کہ مدیر کی آزادی میں کوئی فرق نہ آئے۔ ہر مدیر کو فرائض کی انجام دہی میں ہر طرح کی سہولت نصیب رہے۔

اس انجمن میں ہندوستان کی ہر ریاست کے اخبارات کے مدیروں کو نمائندگی دی جاتی ہے۔ ملک کے کسی نہ کسی منتخب شہر میں کانفرس کی سالانہ نشست ہوتی ہے جس میں ۳۱ ارکین پر مشتمل ایک اسٹانڈ نگ کمیٹی Standing Committee تشکیل پاتی ہے۔ کانفرس کا انتظامیہ اس اہم کمیٹی کے ذمہ رہتا ہے۔ تین ماہ میں ایک بار اس کمیٹی کی ایک میٹنگ ضرور منعقد ہوتی ہے۔ ایسی میٹنگیں بھی ملک کے مختلف مقامات پر منعقد کی جاتی ہیں۔ اسٹانڈ نگ کمیٹی کا سب سے بڑا فرض ہے کہ ہو ہر اہم معاملہ میں ہندوستانی اخبارات کی صحیح نمائندگی کرے۔ جس قانون یا اعلان یا ترمیم سے ہندوستان کے اخبارات اور انکی فلاح کو خطرہ ہے اس کے خلاف ضروری احتجاجی کاروائی کی جاتی ہے۔ اس ادارہ کے صدر کو وسیع اختیارات حاصل ہیں۔ ہر سالانہ اجلاس کے موقعہ پر نئے صدر کا انتخاب ہوتا ہے۔ ہندوستانی اخبارات کے جملہ مراعات اور حقوق کا تحفظ اس صحافتی انجمن کی ذمہ داری ہے۔ عام طور سے یہ معز

ز ادارہ Ainec کے نام سے یاد کیا جاتا ہے۔ جو اس کے نام کا مخفف ہے۔ ہندوستان کے چوٹی کے مدیر اس ادارہ کے صدر رہ چکے ہیں۔

اس اہم انجمن نے 1947ء میں کئی تاریخی اور یادگار خدمات انجام دی ہیں۔ صحافیوں کے پیشہ ورانہ حالات او رمعاملات میں بہتری لانے کے لیے اس انجمن نے کافی دلچسپی دکھائی ہے۔مخرب اخلاق تحریروں کے خلاف آواز بلند کر کے اس انجمن نے اپنی فرض شناسی کا ثبوت دیا۔غیر مما لک جانے والے ہندوستانی صحافیوں کی نامزدگی کے سلسلہ میں اس انجمن کا کافی اثر و رسوخ رہا کرتا ہے۔کئی سخت اور نازیبا پریس قوانین کو خارج کرانے میں بھی اس انجمن نے بڑھ چڑھ کر حصہ لیا تھا۔ اسی انجمن کے اصرار پر حکومت ہند نے پریس لاس انکوائری کمیٹی Press Laws Enquiry Committee نامی تحقیقاتی کمیٹی مقرر کی تھی۔مشہور قوم پرست انگریزی روزنامہ بمبئی کرانیکل The Bombay Chronicle کے مدیر سید عبداللہ بریلوی بحیثیت صدراے آئی این ای سی کی مذکورہ کمیٹی کے رکن تھے۔انجمن کی اسٹانڈنگ کمیٹی نے دہلی میں منعقدہ اپنی نشست مورخہ 25 ستمبر 1953ء کو صحافیوں کے لیے ضابطہ اخلاق کا مسودہ منظور کیا تھ۔اس مسودہ کی تیاری سے پہلے برسوں تک اس پر کافی غور وخوض ہوا تھا۔تروندرم میں □9 مئی 1959ء کو منعقدہ سالانہ اجلاس میں کانفرنس نے مدیران اخبارات کی مکمل آزادی کے لیے ایک آٹھ نکاتی منشور منظور کیا تھا جس پر اس بات پر زور دیا گیا تھا کہ اخبار کی پالیسی وضع کرنے میں اور اخبار کے لیے عملہ کے تقرر میں مدیر کو پوری آزادی اور مکمل خود مختاری حاصل رہنی ازبس ضروری ہے۔ایڈیٹر The Editor نامی ماہانہ رسالہ 1960ء میں جاری کیا گیا اور اس کے اولین مدیر درگا داس تھے جو ان دنوں آئی ای

این ای سی کے صدر کے عہدہ پر فائز تھے۔

انڈین فیڈریشن آف ورکنگ جرنلسٹس

ہندوستان میں صحافیوں کے لیے قائم ہونے والی اولین ٹریڈ یونین ''انڈین فیڈریشن آف ورکنگ جرنلسٹس Indian Federation of Working Journalists ہے جو عموماً آئی ایف ڈبلیو جے I.F.W.J کے نام سے پہچانی جاتی ہے۔ فیڈریشن کا عین مقصد اخبارات میں مستقل طور پر کام کرنے والے اخبار نویسوں Working Journalists کے جملہ حقوق کی حفاظت ہے۔ اس کی کوششوں سے فعال صحافیوں کی حیثیت اور اہمیت میں مسلسل اضافہ ہوتا رہے۔ ہندوستانی صحافت کے معیار میں ترقی لانا بھی فیڈریشن کا ایک نصب العین ہے۔ کسی بھی تنازعہ کی صورت میں اخبار نویسوں کو قانونی صلاح دی جاتی ہے جس کے لیے فیڈریشن کی جانب سے ایک خصوصی شعبہ لیگل ایڈوائزر بیورو Legal Adviser Bureau کے نام سے قائم ہے۔

دہلی میں 27، 28، اور 29 اکتوبر 1950ء کو فعال صحافیوں کا ایک کل ہند اجتماع منعقد ہوا تھا جس کی صدارت مشہور انگریزی روزنامہ ''نیشنل ہیرالڈ'' کے مدیر ایم، چلپتی راؤ نے کی تھی۔ اسی اجتماع میں فیڈریشن کے قیام کی تجویز سب سے پہلے پیش ہوئی تھی۔ اپریل 1951ء کے وسط میں مجوزہ فیڈریشن کا آئین تیار کرلیا گیا اور بمبئی میں منعقدہ ایک خصوصی نشست میں یہ آئین بالاتفاق الرائے منظور ہوا۔ نئے آئین کے تحت پہلا باضابطہ اجتماع ۱۲ اور ۱۳ اپریل 1952ء کو کلکتہ میں منعقد ہوا۔

ہندوستان کی تمام ریاستوں اور یونین علاقوں میں سرگرم عمل ورکنگ جرنلسٹوں کی

فعال انجمنیں اس فیڈ ریشن سے ملحق ہیں۔ گویا ہندوستان بھر کے سرگرم اخبار نویسوں کی یہ ایک وفاقی انجمن ہے۔ موجودہ اراکین کی تعداد دس ہزار سے زیادہ ہے۔

فیڈ ریشن فعال اخبار نویسوں کی صحیح اور طاقتور نمائندہ سمجھی جاتی ہے۔ اس کی مسلسل اور موثر کوششوں کی وجہ سے ہندوستانی پارلیمنٹ میں اخبار نویسوں سے متعلق کئی اہم قوانین منظور ہوئے۔ ملازمت کے بہتر حالات، معقول تنخواہوں تعطیلات، مالی سہولیات، طبی مراعات وغیرہ معاملات میں باقاعدگی اور بہتر لانے میں فیڈ ریشن کی کوششوں کا بڑی دخل ہے۔ خبر رساں ایجنسیوں میں کام کرنے والے صحافی بھی فیڈ ریشن کے رکن بن سکتے ہیں۔

اراکین کی معلومات میں اضافہ کی غرض سے ایک ماہنامہ ورکنگ جرنلسٹ کے نام سے شائع کیا جاتا ہے جس میں ملک بھر میں پھیلی ہوئی اخبار نویسوں کی پیشہ وارانہ انجمنوں کی سرگرمیوں کی تازہ ترین رپورٹیں شائع کی جاتی ہیں۔ صحافت کی دنیا میں رونما ہونے والی قومی اور بین الاقوامی تبدیلیوں اور مقالات کے ذریعہ روشنی ڈالی جاتی ہے۔ آئی ایف ڈبلیو کے سالانہ اجلاس ملک کے مختلف شہروں میں منعقد ہوتے ہیں۔

اس کے دفتر کا پتہ ہے:

انڈین فیڈ ریشن آف ورکنگ جرنلسٹس فلیٹ □ 29 نیو سنٹرل مارکیٹ، کناٹ سرکس، نئی دہلی 110001

انڈین لیانگویجس نیوز پیپرس ایسوسی ایشن

ہندوستانی اخبارات نے ملک کی ترقی میں نمایاں حصہ لیا ہے۔ خصوصی طور پر ہندوستانی زبانوں میں شائع ہونے والے اخبارات کا ایک اہم اور خصوصی رول رہا

ہے ۔آزادی کا پیغام گھر گھر پہنچانے میں ہندوستانی زبانوں کے جرائد پیش پیش رہے ہیں۔عوام میں بیداری اور آزادی سے محبت کے احساسات اور جذبات جگانے میں چھوٹے اور ہندوستانی زبانوں میں شائع ہونے والے اخبارات کی خدمات تاریخی اہمیت کی حامل ہیں ۔اس اعزاز پر چھوٹے اخبارات جتنا بھی فخر کریں کم ہے ۔اخبارات کسی بھی قوم ،سماج ، ملک بلکہ ساری انسانیت کے حقوق و مراعات کے محافظ سمجھے جاتے ہیں۔یہ صرف کافی نہیں کہ وہ ہمعصر معاشرہ کا آئینہ بنے رہیں کیونکہ آئینہ تو وہی کچھ ظاہر کرتا ہے جو حقیقت ہے ۔اخبارات کو ملک وملت ،سماج اور ماحول کی عکاسی کے ساتھ ساتھ امیدوں ، آرزوؤں ، ترقیوں اور انقلابات کی بھی ترجمانی کرنی پڑتی ہے ۔اخبارات ایک طرح سے سنگتراش بھی ہیں یعنی کسی بھی پتھر کو لے کر اسے خوبصورتی بخشنے کا کام بھی یہ خوبی سے انجام دیتے ہیں ۔یہ ایک مسلسل عمل ہے ۔اسے جاری رہنا بھی ضروری ہے ۔اخبارات کی ترقی کا رشتہ ہمیشہ پورے معاشرہ کی بلندی اور ترقی سے وابستہ رہتا ہے ۔ اخبارات بڑے ہوں یا چھوٹے ان کا فرض ہوتا ہے کہ وہ سماج کی ہدایت اور رقیادت میں خلوص اور جوش سے کام لیں ۔

ماہرین کا دعوی ہے کہ ہندوستان میں ایسے اخبارات ہی کامیاب رہے ہیں جنھوں نے اپنے قارئین کے ساتھ ایک تخاطب قائم کیا اور ان کی صحیح رہنمائی اور ترجمانی کا بیڑہ اٹھایا جو اخبارات کسی ایک خاص سیاسی جماعت سے لگے بندھے رہے وہ سماج کی جائزنباضی اور عکاسی میں اس لیے ناکام رہتے ہیں کہ ان کے نظریات پر ایک خاص چھاپ لگی ہوتی ہے جو ان کا دائرہ محدود کر دیتی ہے ۔ جو اخبارات کسی خاص مدرسہ فکر یا جماعت یا نظریاتی طبقہ سے گہرا تعلق نہیں رکھتے وہ

زیادہ دیانت داری اور کامیابی سے معاشرہ کی زندگی کرتے رہے ہیں۔ جو اخبارات برسر اقتدار حکومت کی حمایت میں مصروف رہ جاتے ہیں۔ وہ بھی اپنے فرائض مکمل آزادی سے انجام نہیں دیتے کیونکہ وہ مقتدر حکومت کی سرگرمیوں پر تنقید نہیں کرتے ۔کسی بھی اخبار کی کامیابی کا یہ راز ہے کہ وہ نظریاتی آزادی کے ساتھ انتظامی حیثیت سے بھی بہتر ہے اور تکنیکی سہولتوں سے بھی اسے استفادہ کرنے کے مواقع نصیب رہتے ہیں۔ چھوٹے اخبارات مقابلتاً بڑے اخبارات کے اپنے قارئین سے ایک نزدیکی اور عمیق رابطہ رکھتے ہیں۔ قارئین اور اخبار کے درمیان ایک خوشگوار اپنائیت کا رشتہ خود بخود مستحکم ہو جاتا ہے ۔ضرورت ہے کہ ہندوستانی زبانوں میں شائع ہونے والے اخبارات کو مضبوط بنانے کے تمام طریقے اپنائے جائیں۔

ہندوستانی زبان کے اخبارات کی صحیح خدمت میں دی انڈین لیانگوئجس نیوز پیپرس ایسوسی ایشن Indian Languages Newspapers Association کی ایک اہم یادگار اور قابل صد تحسین رول رہا ہے۔ یہ انجمن 14 جون 1941ء کو بمبئی میں قائم ہوئی اور اب تک مسلسل اپنی بے نظیر خدمات سے چھوٹے اور درمیانی سائز کے اخبارات سے بھرپور تعاون کرتی رہی ہے۔ اس انجمن کے بانیوں میں گجراتی اخبار ''جنم بھومی'' کے مدیر و ناشر امرت لال سیٹھ ''کیسری'' پونہ کے مدیر اے آر بھٹ اور جام جمشید کے مدیر آر ،بی ایس ،این کوپر کے نام بہت اہم اور قابل صد احترام ہیں۔ پہلے اس کا دفتر بمبئی کے میڈوز اسٹریٹ پر واقع تھا اور بعد میں یہ جنم بھومی بھون'' گھوگھا اسٹریٹ ،فورٹ ،بمبئی نمبر 1 منتقل ہو گیا۔ دی سوراشٹر ا ٹرسٹ کے ذمہ داروں نے اس انجمن کے دفاتر کے لیے جگہ مفت عنایت کی ہے اور انجمن کی کارگذاری کے لیے کئی آسانیاں فراہم کی ہیں۔

اس انجمن کے اغراض و مقاصد کا اجمالی خاکہ یوں ہے:

ہندوستانی زبانوں میں شائع ہونے والے جملہ اخبارات کی ہر ممکنہ ترقی کے لیے ہر نوعیت کی مخلصانہ کوشش کی جائے۔ صحافیوں کی تعلیم و تربیت کے لیے کورس ترتیب دیے جائیں جن میں انتظامی امور اور اخبارات کی تیاری کے جدید طریقوں کو فوقیت دی جائے۔ اخبارات سے متعلق ضروری معلومات جمع کی جائیں اور انجمن کے اراکین کو وقتاً فوقتاً فراہم کی جائیں۔ صحافت سے متعلق کسی بھی علمی یا تحقیقی کوشش کی حوصلہ افزائی کی جائے اور ایسے تمام اداروں سے اشتراک عمل کیا جائے جو جرائد کے متعلق تحقیقی کام میں مصروف ہیں۔ ایسے کتب خانے قائم کیے جائیں جہاں اخبار نویسی اور دیگر موضوعات سے متعلق کتابیں اور حوالہ جاتی ریکارڈ یکجا رہیں۔ صحافت سے متعلق سمعی اور بصری اشیاء بھی جمع کی جائیں اور ضرورت مند اخبارات کو فراہم کی جائیں۔ صحافت سے متعلق جملہ علوم، جائزوں اور تحقیقی سرگرمیوں کی پر جوش ہمت افزائی کی جائے۔ اراکین میں ایسے تحقیقی مقالے، کتابچے۔ کتابیں اور دیگر مطالعاتی مواد تقسیم کیا جائے جس سے معلومات میں اضافہ ہو۔

اپنے اغراض و مقاصد کی تکمیل کے لیے انجمن دیگر پیشہ ورانہ انجمنوں سے ہر طرح کا اشتراک عمل کرے گا۔ اخبارات کی راہ میں جو بھی مسائل حائل ہوں گے ان کے حل تلاش کرنے کے لیے انجمن متعلقہ ریاستی حکومتوں سے یا مرکزی حکومت سے بروقت رابطہ پیدا کرے گی۔ اپنی کارگذاری کی تشہیر کے لیے انجمن قومی اور بین الاقوامی نمائشوں میں حصہ لے گی۔ ضرورت پڑے تو اپنی سرگرمیاں جاری رکھنے کے لیے انجمن قرضہ لے گی یا کسی بھی رائج اور جائز طریقہ سے مالیاتی ضروریات پورا کرے گی۔ انجمن کو منقولہ یا غیر منقولہ جائداد خریدنے یا فروخت کرنے کا اختیار

ہے۔بشرطیکہ ایسی کاروائی انجمن کے مفاد کے لیے بہتر سمجھی جائے۔

جو سرمایہ انجمن کے لیے فوری طور پر مطلوب نہیں ہے۔انجمن کو اسے دیگر منافع بخش تجارت میں لگانے کا مکمل اختیار ہے۔انجمن کی فلاح و بہبودی کی خاطر کوئی بھی جائداد بیچی جاسکتی ہے، بہتر بنائی جاسکتی ہے، عمدہ انتظامیہ کے حوالے کی جاسکتی ہے، ترقی کی راہ پر ڈالی جاسکتی ہے۔رہن ہوسکتی ہے یا جس طرح بھی وقت اور حالات کا تقاضہ ہو خریدی اور فروخت کی جاسکتی ہے۔انجمن کی خدمت کرنے والوں کو معاوضہ دیا جاسکتا ہے کسی خاص مقصد کی خاطر انجمنیں کسی بھی حکومتی، بلدی، مقامی قومی یا بین الاقوامی انجمن سے مشترکہ منصوبوں پر عمل کرسکتی ہے۔حسب ضرورت ٹرسٹ قائم ہوسکتے ہیں۔انجمن کی کارگذاری، افادیت اور مقبولیت میں اضافہ کی غایت سے انجمن بھی سرگرمی کو اپنانے کا مجاز رکھتی ہے۔

کسی بھی ہندوستانی زبان میں شائع ہونے والا کوئی بھی اخبار اس انجمن کی رکنیت کا امیدوار ہوسکتا ہے۔اخبارات اور رسائل شائع کرنے والے ادارے بھی رکن بن سکتے ہیں بشرطیکہ انہیں انجمن کے جملہ اغراض و مقاصد سے کلی اتفاق ہے۔ رکنیت کی فیس متعلقہ اخبار کی تعداد اشاعت کی بنیاد پر متعین کی جاتی ہے۔اداروں اور سوسائٹیوں کے لیے رکنیت کی فیس ایک سو روپیہ مقرر ہے۔

اس انجمن کے اہم بانی امرت لال سیٹھ گجراتی صحافت میں ایک قد آور شخصیت تسلیم کیے جاتے ہیں۔بشرطیکہ انہیں انجمن کے جملہ اغراض و مقاصد سے کلی اتفاق ہے۔رکنیت کی فیس متعلقہ اخبار کی تعداد اشاعت کی بنیاد پر متعین کی جاتی ہے۔

اداروں اور سوسائٹیوں کے لیے رکنیت کی فیس ایک سو روپیہ مقرر ہے۔

اس انجمن کے اہم بانی امرت لال سیٹھ گجراتی صحافت میں ایک قد آور شخصیت

تسلیم کیے جاتے ہیں۔انہیں ہندوستانی زبان کے اخبارات کے فروغ سے بڑی گہری دلچسپی تھی۔انہوں نے چھوٹے اخبارات کے مسائل کوحل کرنے اورانہیں بھرپور ترقی کی راہیں دکھانے کے لیے اپنے آپ کو وقف کر رکھا تھا۔وہ ایک باصلاحیت، بے باک اورمقبول ترین گجراتی مصنف اوراخبارنویس تھے۔اپنی رائے کااظہار بڑی بے خوفی اورکامل اعتماد سے کرتے تھے۔انہوں نے کبھی حالات سے ڈرکرکسی قسم کی مصالحت نہیں کی تھی۔ایک صحافی کی حیثیت سے انہوں نے آزادی کی تحریک میں بڑھ چڑھ کر حصہ لیا تھا۔نیتا جی سبھاش چندر بوس کی قائم کردہ آزاد ہندفوج کی سرگرمیوں کی جملہ تفصیلات انہوں نے حاصل کرکے اہتمام کے ساتھ شائع کی تھیں۔وہ 1949ء تک صحافت سے عملی طور پر متعلق رہے۔ان ہی کی جدوجہد کانتیجہ ہے کہ یہ انجمن صحیح خطوط پر قائم ہوکر مسلسل ہندوستانی زبانوں کے اخبارات کی صحیح رہبری اور نمائندگی کرتی رہی ہے۔امرت لال سیٹھ کے دسمبر 1950ء میں سبکدوش ہونے کے بعدمشہور مرہٹی صحافی اے آر بھٹ نے صدارت سنبھالی اورمسلسل 25 سال تک اس انجمن کی یادگارخدمت کی۔ہندی اخبار ''نئی دنیا ''اندورکے مدیرنریندرتیواری جولائی 1976ء میں اس انجمن کے بالاتفاق الرائے صدرمنتخب ہوئے۔اس انجمن کی رجسٹری کے وقت روزنامہ اجمل بمبئی کے یو،ایچ خان نائب صدر کے عہدپر فائز تھےاس انجمن کی مختلف مجالس عاملہ میں کئی اردوصحافی شامل رہے ہیں۔

اپنے قیام سے اب تک ہندوستانی اخبارات کے اخباری کاغذ یعنی نیوز پرنٹ سے متعلق جملہ مسائل کوحل کرنے میں یہ انجمنیں پیش پیش اورہمیشہ کامیاب رہی ہے۔1941ء سے اب تک نیوز پرنٹ کی فراہمی کی راہ میں جتنے بھی مراحل آئے

ان سے نپٹنے میں انجمن نے بروقت اور معقول خدمات انجام دی ہیں ۔ 1967ء میں حکومت کی نیوز پرنٹ پالیسی کا انجمن نے خنداں پیشانی سے خیر مقدم کیا تھا کیونکہ نیوز پرنٹ پر سے پچاس روپے فی ٹن کے حساب سے لگائی گئی ایکسائز ڈیوٹی کی معافی سے چھوٹے اور درمیانی سائز کے ہندوستانی زبانوں کے اخبارات کو کافی مدد ملی تھی

سرکاری اشتہارات سے ہونے والی آمدنی چھوٹے اخبارات کے لیے بڑی اہم ہے ۔اس سلسلہ میں بھی اس انجمن نے بارہا متعلقہ حکومتوں حکومتوں اور مرکزی حکومت سے رابطہ قائم کرکے چھوٹے اخبارات کی اعانت کی ہے ۔ ڈاکٹر بی وی کیسکر، ڈاکٹر بی گوپال ریڈی، کے کے شاہ، راج بہادر، ستیہ نرائن سنہا، آئی کے گجرال، نندنی ست پتی، وی سی شکلا، ایل کے اڈوانی وغیرہ مرکزی وزارت اطلاعات ونشریات نے انجمن کی تقریبا تمام یاداشتوں پرضروری توجہ دی تھی ۔انجمن کے نمائندہ مطالبات ہی کی روشنی میں کئی سرکاری فیصلے صادر ہوئے ۔یاد رہے کہ اردو اور سندھی زبانوں میں شائع ہونے والے اخبارات کوکئی خصوصی رعایتیں دی جارہی ہیں مثلاً دیگر ہندوستانی زبانوں کے اخبارات کی تعداد اشاعت اگر دو ہزار ہے اور اردو اور سندھی اخبارات کی تعداد اشاعت ایک ہزار ہے تو وہ سرکاری اشتہارات حاصل کرنے کا حق رکھتے ہیں ۔

انجمن کے صدر اے آر بھٹ ہندوستان کے پہلے پریس کمیشن کے رکن بھی رہ چکے ہیں ۔انجمن کی جانب سے ایک خصوصی یادداشت بھی پریس کمیشن کو پیش کی گئی تھی جس کے لیے ایک سب کمیٹی بنائی گئی تھی ۔انجمن کی جانب سے پریس کمیشن کی رپورٹ اور اہم سفارشات کا فراخ دلانہ خیر مقدم کیا گیا تھا کیونکہ کمیشن نے

ہندوستانی زبانوں کے اخبارات کے فروغ پر کافی زور دیا تھا۔ 22 جولائی 1971ء منظور شدہ ایک قرارداد کے ذریعہ انجمن نے دوسرے پریس کمیشن کے تقرر کا پرزور مطالبہ کیا تھا۔ انڈین اینڈ ایسٹرن نیوز پیپر سوسائٹی کے صدر کے ایم میاتھیو نے 25 ستمبر 1974ء کو دوسرے پریس کمیشن کی حمایت کی تھی۔ اس وقت برسر اقتدار جنتا پارٹی حکومت نے دوسرے پریس کمیشن کا مطالبہ مان لیا تھا۔ 18 مئی 1978ء کو مرکزی وزیر اطلاعات ونشریات ایل کے اڈوانی نے دوسرے پریس کمیشن کا اعلان کیا تھا۔ جسٹس پی کے گوسوامی اس کے صدر نامزد کیے گئے تھے۔

انکوائری کمیٹی آن اسمال نیوز پیپرس (Enquiry Committee on Small Newspapers) کے نام سے جو تحقیقاتی کمیٹی قائم کی گئی تھی اسکے ساتھ انجمن نے کافی تعاون کرکے چھوٹے اخبارات کے جملہ مسائل کی تفصیلات فراہم کی تھیں۔ اس کمیٹی نے سب سے پہلے نیوز پیپر فائنانس کارپوریشن Newspaper Finance Corporation کے قیام کی تجویز پر زور دیا تھا تاکہ چھوٹے اخبارات کی مالی مشکلات کا حتی المقدور ازالہ ہوسکے۔

اپریل 1972ء میں حکومت ہند کی جانب سے اخبارات کی اقتصادیات کے متعلق ضروری واقفیت حاصل کرنے کی غرض سے ایک خصوصی کمیٹی مقرر کی گئی تھی جو فیکٹ فائنڈنگ کمیٹی آن نیوز پیپر ایکنامکس Fact Finding Committee on newspaper Economics کہلائی گئی۔ ڈاکٹر بھابھاتوش دتہ اس کے صدر تھے اور دیگر چار اراکین نامزد ہوئے تھے۔ اس اہم کمیٹی کی بھی انجمن نے بہت رہنمائی کی۔ اس کمیٹی نے 41 بڑے اخبارات، 28 درمیانی اخبارات اور 71 سرسری طور پر منتخب اخبارات کے حساب وکتاب کا جائزہ لے کر 14 جنوری 1975ء کو

اپنی رپورٹ حکومت ہند کو پیش کی تھی۔

اپنے اراکین اخبارات کے متعلق جملہ تفصیلات جمع کرکے انجمن نے ایک ہینڈ بک Handbook 1946ء میں شائع کی تھی۔ دوبارہ 1961ء میں بھی ایسی ایک معلوماتی اور حوالہ جاتی کتاب شائع کرنے کی کوشش ہوئی مگر ناکام رہی کیونکہ چھوٹے اخبارات کم سے کم معلومات تک فراہم کرنے میں پیچھے رہ گئے تھے۔

انجمن کی کوششوں کا نتیجہ ہے کہ مرکزی حکومت نے کسی بھی اہم ہندوستانی زبان کے ٹیلی گرام رومن Roman رسم الخط میں قبول کرنے کا فیصلہ کیا ہے۔ ملک کے کئی مراکز میں اس سہولت سے استفادہ کیا جارہا ہے اور اس سے متعلقہ زبان ہی میں رپورٹیں بھیجنے کی آسانی ہوگئی تاکہ دفاتر میں دوبارہ ترجمہ کرنے کی ضرورت باقی نہ رہے۔

چھوٹے اخبارات کی تحقیقاتی کمیٹی کی ایک اہم سفارش یہ تھی کہ اضلاعی چھوٹے اخبارات کے لیے نیوز ایجنسی کی خدمات حاصل کرنا مشکل ہے اس لیے آل انڈیا ریڈیو سے کسی مناسب وقت پر دھیمی رفتار سے اہم خبروں کا املا نشر کیا جائے تاکہ چھوٹے اخبارات اہم خبریں گھر بیٹھے نوٹ کرسکیں اور ان سے ضروری استفادہ کرسکیں۔ مرکزی حکومت نے اس معقول سفارش کو شرف قبولیت بخشی۔ 17 دسمبر 1969ء سے آل انڈیا ریڈیو نے دوپہر ڈھائی بجے اور تین بجے کے درمیان املا لکھ لینے والی رفتار یعنی Dictation Speed کے اہم خبروں کے خلاصے نشر کرنے کا سلسلہ شروع کیا جو کافی مقبول اور مفید ثابت ہوا ہے۔ انجمن نے ایک خصوصی جائزہ لیا جس سے پتہ چلا کہ ملک بھر میں 209 چھوٹے اخبارات باقاعدگی کے ساتھ اس نیوز بلیٹن کو نوٹ کرکے فائدہ اٹھا رہے ہیں۔ یہ بھی ثابت ہوا کہ یہ تمام اخبارات

ایک خبر رساں ایجنسی کی خریداری کی سکت نہیں رکھتے۔ 23 جولائی 1970ء کو انجمن کے صدر رائے، آر بھٹ نے ایک اور مطالبہ کیا کہ دوپہر کے نیوز بلیٹن سے صرف شام کے اخبارات کو زیادہ فائدہ پہنچتا ہے اس لیے صبح میں شائع ہونے والے چھوٹے اخبارات کی سہولت اور اعانت کے لیے رات کے وقت بھی ایسی ہی ایک بلیٹن کے نشر کرنے کا اہتمام کیا جائے۔ ڈاک اور تار کی زحمتوں سے نجات پانے کے لیے بھی انجمن نے متعلقہ وزارتوں اور نظامتوں سے وقتاً فوقتاً شکایات اور مطالبات پیش کرکے زیادہ سے زیادہ سہولتیں حاصل کی ہیں۔ انجمن کے عہدہ داروں اور اراکین نے کئی قومی اور بین الاقوامی سیمیناروں اور کانفرنسوں میں شرکت کرکے ہندوستانی زبانوں کے چھوٹے اخبارات کی صحیح نمائندگی کی ہے۔

رجسٹرار آف نیوز پیپرس فار انڈیا Registrar of News Papers for India کیجانب سے اخباروں کی تعداد اشاعت کی تصدیق کرنے کے لیے اچانک چھاپوں اور تنقیح کا سلسلہ شروع ہوا تو انجمن نے اس منصوبہ کا استقبال کیا۔ جہاں کچھ اراکین اخبارات کے ساتھ افسران کی زیادتی ہوئی تو شکایات متعلقہ افسران بالا کے پاس لے جانے میں انجمن نے پہل کی اور اراکین کے حقوق کی بروقت اور جائز حفاظت کا اہتمام کیا۔

جب کبھی مرکزی حکومت یا ریاستی حکومت کی جانب سے نئے ٹیکس لگے ہیں جس سے چھوٹے اخبارات کو دھکا لگا ہے تو انجمن نے آواز اٹھا کر اخبارات پر آئی ہوئی نئی مصیبتوں کو ٹالنے میں کامیابی حاصل کی ہے۔ جب کبھی حکومت کی جانب سے اخبارات سے متعلق کوئی بھی کمیٹی نامزدگی کی گئی ہے اس میں انجمن کے اراکین کو جائز نمائندگی بخشی گئی ہے۔

آج کل وہ اخبار چھوٹا یا Small سمجھا جاتا ہے جس کی تعداد اشاعت روزانہ پندرہ ہزار کاپیوں سے کم ہے۔ پندرہ ہزار سے زیادہ کی اشاعت والے اخبارات درمیانہ سائز کے اخبارات Medium Sized Newspapers کہلاتے ہیں۔ روزانہ پچاس ہزار سے زیادہ اشاعت والے اخبارات بڑے یا Big سمجھے جاتے ہیں۔ انجمن مسلسل مطالبہ کرتی رہی ہے کہ اس اعداد و شمار میں ضروری تبدیلی کی جائے، مگر کوئی خاطر خواہ نتیجہ اب تک نہیں نکلا ہے۔

انجمن کے ترجمان کی حیثیت سے نومبر 1952ء سے ایک ماہانہ جریدہ شائع ہوتا ہے جو نیوز بلیٹن The News Bulletin کے نام سے موسوم ہے۔ یہ صرف انجمن کے اراکین کو بھیجا جاتا ہے جس میں اخبار نویسی سے متعلق ضروری معلومات سلیقہ سے درج ہوتی ہیں۔ اس میں کئی مفید مقالوں کے ذریعہ مدیران اور منتظمین اخبارات کی رہنمائی کی جاتی ہے۔ رتی لال سیٹھ اس جریدہ کے مدیر ہیں۔

دی انڈین لیانگوئجس نیوز پیپر کوآپریٹو سوسائٹی کے نام سے ایک امداد باہمی کے اصولوں پر سوسائٹی 1946ء میں قائم کی گئی تاکہ اراکین کے مالی مسائل کا حل نکلتا رہے۔ سب سے پہلے نیوز پرنٹ کی خرید و فروخت کا مناسب و معقول اہتمام کیا گیا۔ 1947ء اور 1954ء کے درمیان اس سوسائٹی نے پندرہ لاکھ روپیوں کی مالیت کا نیوز پرنٹ خریدا اور بیچا۔ جب 1951ء میں انٹرنیشنل میٹریلس کانفرنس (International Materials Conference) کی جانب سے کناڈا کا تیار کردہ ڈھائی ہزار ٹن نیوز پرنٹ ہندوستانی اخبارات کو پیش ہوا تو انجمن نے کامیاب کوشش کی کہ اس کاغذ کی تقسیم میں چھوٹے اخبارات کو زیادہ ترجیح دی جائے۔ یہ سوسائٹی اپنے قیام سے اب تک کافی کامیابی سے اپنی خدمات انجام دے رہی ہے

جس سے کئی چھوٹے اخبارات نے استفادہ حاصل کیا ہے۔

انجمن کے دفتر کا مستقل پتہ:

انڈین لیانگوئجس نیوز پیپرس ایسوسی ایشن جنم بھومی بھون، گھوگھا اسٹریٹ فورٹ بمبئی 400001۔

انڈین فیڈ ریشن آف اسمال اینڈ میڈیم نیوز پیپرس

ہندوستان کے کئی چھوٹے اور درمیانی سائز کے اخبارات، انڈین فیڈ ریشن آف اسمال اینڈ میڈیم نیوز پیپرس Indian Federation of small and medium newspapers کے رکن ہیں۔ اس ادارہ کا دفتر نئی دہلی میں قائم ہے۔

اس ادارہ کے اہم اغراض و مقاصد یہ ہیں:۔

۱۔ ہندوستان میں علم صحافت اور پیشہ صحافت کی ترقی کے لیے مفید ترین معلومات جمع کرنا اور فراہم کرنا۔

۲۔ اراکین صحافیوں کے تمام پیشہ ورانہ حقوق کے تحفظ کے لیے ہر ممکن کوشش کرنا۔

۳۔ اخبارات کی آزادی کے تحفظ اور فروغ کے لیے کوشاں رہنا۔

۴۔ ہندوستان کے مختلف اخبارات کے دفاتر کو انجمن کے اراکین پر مشتمل وفود بھیجنا تا کہ وہ منظم اخبارات کی تیاری کا مشاہدہ کر سکیں۔ نیز غیر ممالک کے دوروں کا بھی اہتمام کرنا۔

۵۔ صحافت سے متعلق تحقیقی ذمہ داریاں قبول کرنا۔

۶۔ اراکین انجمن کی ہر ممکنہ فلاح و بہبود کے لیے سرگرم رہنا۔

۷۔ ریاستی حکومتوں اور مرکزی حکومت سے تشکیل دی جانے والی مختلف کمیٹیوں، کمیشنوں وغیرہ میں فیڈریشن کے اراکین کی شمولیت کے مطابق کرنا۔

صحافت و دیگر وسائل ابلاغ کے عملی میدانوں میں عظیم اور یادگار خدمات انجام دینے والے سرپرستوں کو فیڈریشن کی تاحیات رکنیت عطا کی جاتی ہے۔ اس فیڈریشن کے تمام بانی اراکین ''تسلیم شدہ Accrediated اراکین تصور کیے جاتے ہیں۔

کسی بھی ہندوستانی زبان کے اخبار رسالہ نیوز ایجنسی فیچر سینڈیکٹ میں برسر روزگار اخبار نویس اس فیڈریشن کی بنیادی رکنیت حاصل کر سکتے ہے۔ اس رکنیت کے تعین کی خاطر چھوٹا اخبار وہ ہے۔ جس کی اشاعت ایک ہزار اور پندرہ ہزار پرچوں کے درمیان ہے۔ رسالہ کے لیے تعداد اشاعت پانچ سو اور پانچ ہزار کے درمیان ہو۔ نیوز ایجنسی کے لیے ضروری ہے کہ اس کی سالانہ آمدنی دس ہزار روپیوں اور ایک لاکھ روپیوں کے درمیان ہو۔

ضلعی سطح اور ریاستی سطح کی انجمنیں یا صحافیوں کے دیگر پیشہ ورانہ ادارے، مدیروں کی انجمنیں یا مالکان اخبارات کی انجمنیں بھی فیڈریشن سے الحاق کی خواہش کر سکتی ہیں۔ ایسی اجتماعی رکنیت والے انجمنوں کے نمائندوں کو فیڈریشن کی ''اسٹیرنگ کمیٹی Steering Committee میں جگہ دی جاتی ہے۔

فیڈریشن اپنے فیلو Fellow بھی نامزد کرتی ہے۔ منتخب صحافی کو ایک سندنامہ اور انعام بھی عطا کیا جاتا ہے۔ فیڈریشن کی مجلس منتظمہ کی سفارش پر اس اعزاز کے لیے نامی گرامی صحافیوں کا انتخاب کیا جاتا ہے۔ انعام وکرام سے نوازے جانے والی صحافی کو فیڈریشن کی اعزازی رکنیت بھی بخشی جاتی ہے۔

اس فیڈ ریشن کی عمومی رکنیت کے لیے مندرجہ ذیل فیس مقرر ہے :۔

لائف ممبر: دس ہزار روپے یکمشت ۔

تسلیم شدہ رکن: ایک سو روپے سالانہ؛

بنیادی رکن: ایک سو روپے سالانہ؛

رکن انجمنیں: ایک سو روپے سالانہ؛

عمومی رکنیت: 25 روپے سالانہ؛

رکنیت کی درخواست کے ساتھ بیس روپئوں کی ادائیگی ضروری ہے ۔عمومی رکنیت کی فیس داخلہ صرف پانچ روپے ہے ۔

ہر رکن کو یکساں جمہوری حقوق حاصل رہیں گے اور وہ فیڈ ریشن کے آئین کی دفعات کا پابند رہے گا۔

فیڈ ریشن کی جانب س مفید سیمینار اور کنونشن منعقد ہوتے رہتے ہیں ۔ ہندوستان کے چھوٹے اور درمیانی سائز کے اخبارات کے مدیر ان کا ایک ہوازہو'' who's who بھی فیڈ ریشن کی جانب سے ترتیب دیا گیا ہے جس میں ملک بھر کے متعدد چھوٹے اخبارات کے بارے میں ضروری معلومات درج ہیں ۔

مکمل پتہ: انڈین فیڈ ریشن آف اسمال اینڈ میڈ یم نیوز پیپرس، نمبر 17 فائر برگیڈ لائن ۔نئی دہلی 110001

آل انڈیا اردو اسمال نیوز پیپر ایڈیٹرس کونسل

اردو زبان کے چھوٹے اخبارات کے حقوق کی حفاظت کی ذمہ داری سنبھالے ہوئے ۔ یہ ادارہ گذشتہ کئی برسوں سے اپنی خدمات مستحسن طریقہ پر انجام دے رہا ہے ۔اس صحافتی انجمن کے روح رواں اور موسس صدر رضی بدایوانی ہیں جو 1950ء

سے مشہور دینی محلّہ، آستانہ سے متعلق ہیں اور 1965ء سے دارلسلطنت نامی جریدہ کے مدیر ہیں۔ اردو صحافیوں کی اس نمائندہ انجمن کا مکمل پتہ:۔

آل انڈیا اردو اسمال نیوز پیپر ایڈیٹرس کونسل نمبر 658 چاندنی محل، دریا گنج، نئی دہلی 110002۔

اخبارات سے متعلق ملک میں سرگرم عمل چند دیگر پیشہ وارانہ اداروں کی فہرست حسب ذیل ہے:۔

۱۔ مدراس رپورٹرس گلڈ، گورنمنٹ ایسٹیٹ، انا سلائی (ماؤنٹ روڈ)۔ مدراس 600003۔

۲۔ انڈین ایسوسی ایشن آف انڈسٹریل ایڈیٹرس، معرفت برماشیل، جی ایم آفس، بلارڈ اسٹیٹ، بمبئی 400038۔

۳۔ انڈین ایسوسی ایشن آف انڈسٹریل ایڈیٹرس، معرفت برماشیل، جی ایم آفس، بلارڈ اسٹیٹ، بمبئی 400038۔

۳۔ اسپشلائزڈ پبلیکیشنز ایسوسی ایشن، سہراب ہاؤز، 235 دادا بھائی نوروجی اسٹریٹ، بمبئی 400001۔

۴۔ ایڈیٹرس گلڈ آف انڈیا، گلڈ ہال، سوٹ نمبر 6، دی میجسٹک، بمبئی 400001۔

۵۔ آل انڈیا اسمال اینڈ میڈیم نیوز پیپرس فیڈریشن A/198 104 رام باغ، کانپور نمبر ۱۲۔

۶۔ ٹریڈ اینڈ ٹیکنیکل پبلیکیشنز ایسوسی ایشن □12 فورٹ چیمبرس، حمام اسٹریٹ بمبئی 400001۔

حصہ ہشتم

اخباری اصطلاحات

باب 26

اخباری اطلاعات

کسی بھی علم کے حصول میں اصطلاح کی بڑی ضرورت اور اہمیت ہوا کرتی ہے۔ اگر اصطلاحیں نہ ہوں تو ہم علمی مطالب کے ادا کرنے میں ہیر پھیر سے کسی طرح نہیں بچ سکتے۔ جہاں ایک چھوتے سے لفظ سے کام نکل سکتا ہے وہاں بڑے بڑے لمبے چوڑے جملے لکھنے پڑھتے ہیں اور انکو بار بار دہرانا پڑتا ہے۔

اصطلاحات درحقیقت اشارے ہیں جو خیالات کے مجموعہ کی طرف ذہن کو فورا منتقل کر دیتے ہیں۔ جو شخص کسی علم یا فن کو سیکھتا چاہتا ہے اسے متعلقہ علم یا فن کی اصطلاحات یاد کرنی پڑتی ہے۔ ہر صاحب فن کا فرض ہے کہ وہ اپنے فن کی اصطلاحات اور اس فن کی معلومات سے آگاہ رہے۔

عام زبان میں ہر لفظ ایک آوازی اشارہ ہے۔ جو خیالات کے ایک بڑے مجموعے کیطرف رہنمائی کرتا ہے۔ الفاظ کے بنانے کی ضرورت ہی اس بنا پر پیش آئی کہ خیالات کے سیلاب پر بول چال میں قابو پایا جا سکے تاکہ بولنے اور سننے والے کا وقت ضائع نہ ہو اور ایک شخص کا مافی الضمیر دوسرے شخص کے دل میں آسانی سے اتر جائے۔

جب زبان ایجاد نہیں ہوئی تھی تو آوازوں کی جگہ اعضائی اشاروں سے کام لیا جاتا تھا۔ ہر شخص اپنے دل کا مطلب دوسرے شخص کو سمجھانے کے لیے ہاتھ پاؤں اور آنکھوں کے اشارے سے کام لیتا تھا۔ یہ اشارے عجیب وغریب اور مختلف قسم کے

ہوتے تھے۔ان سے بچنے کے لیے الفاظ کی بہتات پر دلالت کرتی ہے۔ یہ مطالب کی صحیح ترجمانی کے لیے رفتہ رفتہ اصطلاحات وجود میں آئیں۔ جو وقت گذرنے کے ساتھ ساتھ مختلف علوم میں منقسم ہونے لگیں۔

ہر علم وفن کی طرح فن صحافت کی بھی کئی خصوصی اصطلاحات وضع ہوئیں۔ جو عالمی سطح پر مشہور اور مقبول ہیں۔انہیں جرنلسٹک ٹرمس Journalistic Terms کہتے ہیں۔بعض لوگ ان اصطلاحات کو Journalistic Jargon کے نام سے موسوم کرتے ہیں۔ عام بول چال میں اسے Shop Talk بھی کہا جاتا ہے۔ذیل میں دنیا بھر کے اخبارات سے متعلق عام طور سے استعمال ہونے والی اہم ترین اصطلاحات کا ایک نمائندہ انتخاب پیش کیا جارہا ہے:۔

عام اصطلاحات

اے،بی،سی A.B.C

یہ آڈٹ بیورو آف سرکولیشنز کا مخفف ہے۔اس محاسب ادارہ کا دفتر ویک فیلڈ ہاؤز ، بلارڈ اسٹیٹ بمبئی 400038 میں واقع ہے۔ اخبارات ، مشتہرین اور اڈورٹائزنگ ایجنسیاں اس ادارہ کے اراکین ہیں۔سخت ترین تنقیح حساب کے بعد کسی بھی اخبار کی تعداد اشاعت کے لیے جو سرٹیفکیٹ اے،بی،سی سے ملتا ہے،اسے مستند تسلیم کیا جارہا ہے۔

AD اڈ

انگریزی لفظ ایڈ AD ایڈورٹائزمنٹ Advertisement کا مخفف ہے۔ بعض جگہ اسے Advt بھی لکھا جاتا ہے۔اس کے معنی اشتہار کے ہیں۔

ایڈ ADD

جمع کرنا، جوڑنا، ملانا، شریک کرنا، شامل کرنا۔ بڑھانا، اضافہ کرنا، ایزاد کرنا (آخر میں)

کسی مضمون یا مسودہ میں کوئی چیز بڑھانی ہوتی ہے تو کاپی پر یہ لفظ لکھ کر اضافہ کا مسودہ لکھ دیا جاتا ہ یا اس بات کی وضاحت کردی جاتی ہے جو شامل کرنی ہوتی ہے۔

اڈوانس Advance

جو مواد اخبار کے دفتر میں وقت سے پہلے سہولت کی خاطر بھیج دیا جاتا ہے اسے پیشگی کاپی یا اڈوانس کاپی Advance Copy کہتے ہیں۔

اڈوانس کاپی میں بالعموم ایک اشارہ بھی تحریر ہوتا ہے جسے ایمبارگو Embargo کہتے ہیں۔یعنی یہ شرط لگائی جاتی ہے کہ مرسلہ اطلاع یا تفصیلی معینہ وقت سے پہلے شائع نہ کی جائے مثلاً لکھا جاتا ہے کہ:

Not to be published before 8.p.m. on monday, May 5

ایسی درخواستوں کی سختی سے پابندی ضروری ہے۔

اینگل یا زاویہ Angle

جس زاویہ نگاہ سے کوئی خبر یا اداریہ لکھا جائے۔ یہ زاویہ موافق بھی ہوسکتا ہے اور مخالف بھی۔ اکثر اداریے اخبار کی پالیسی کی بنیاد پر خصوصی زاویوں سے لکھے جاتے ہیں۔

آرٹ Art:۔

اخبار میں جو بھی چیز حروف اور الفاظ کے علاوہ ہوتی ہے وہ آرٹ مواد کہلاتی ہے مثلاً کارٹون تصویر، کامک نقشہ، چارٹ، آؤٹ لائن، ڈرائنگ، پلان، گراف، بارڈر، آرائش وغیرہ، یعنی ہر وہ نقش ونگار جو باعث رونق ہے۔ تزئین کی جملہ کوششوں کو صحافت میں آرٹ کہتے ہیں۔

ایزائنمنٹ Assignment یا سونپا گیا کام:۔

ہر وہ کام جو اخبار نویس کے سپرد کیا جاتا ہے مثلاً کسی اجلاس کی رپورٹ لانے سے ذمہ داری وغیرہ۔

بینر Banner یا شاہ سرخی:۔

وہ شاہ سرخی جو اخبار کے جملہ کالموں پر محیط رہتی ہے بینر کہلاتی ہے۔ عام معیاری اخبار میں آٹھ کالم ہوتے ہیں۔ اگر کسی اہم خبر کی سرخی آٹھوں کالم یعنی اخبار کے صفحہ کی پوری چوڑائی پر سب سے اوپر دی جارہی ہے اور جلی قلم یا جلی ٹائپ استعمال کیا جارہا ہے تو ایسی سرخی کو بینر کہتے ہیں۔ بعض دفاتر میں اسے اسٹیمر Steamer بھی کہا جاتا ہے۔ عموماً اہم ترین خبروں کو نمایاں کرنے کے لیے ایسی وسیع اور پرکشش سرخیاں دی جاتی ہیں۔ جن اخبارات میں ٹائپ کا استعمال ہوتا ہے وہاں ۷۲ پائنٹ کے ٹائپ اس مقصد کے لیے استعمال کیے جاتے ہیں۔ اس سے بھی بڑے سائز کے حروف مطلوب ہوں تو لکڑی کے بنے ٹائپ Wooden Type استعمال ہوتے ہیں۔ بعض اہم موقعوں پر آرٹسٹ سے بڑے حروف میں طے شدہ سرخی لکھوا کر اور لائن بلاک بنوا کر بینر والی سرخی سجائی جاتی ہے۔ اردو اخبارات میں

جلی کتابت سے کام چلایا جاتا ہے۔

بیٹ Beat یا گشت

وہ علاقہ جہاں اخبارنویس کو خبریں جمع کرنے کے لیے روزانہ جانا پڑتا ہے یا وہ مخصوص کام جو نامہ نگار کو تفویض کیا جاتا ہے۔مثلاً نامہ نگار کو گھوڑ دوڑ کی خبریں لانے کا کام دیا گیا ہے تو وہ کہے گا کہ میں آج Race Beat پر ہوں۔'' عموماً جس بیٹ پر ایک نامہ نگار کو بھیج دیا جاتا ہے وہاں دوسرے نامہ نگار کو نہیں بھیجا جاتا۔

بعض انگریزی اخبارات میں ہر اس چیز کو بھی بیٹ کہتے ہیں جو صرف اسی اخبار میں چھپی ہے۔یعنی اس اخبار نے اس معاملہ میں ہر ہمعصر اخبار کو Beat کر دیا یا مات دیدیا۔

باکس یا چوکھٹہ Box :۔

وہ خبر جو اخبار میں ایک چوکور صورت میں شائع ہوتی ہے۔خبر کے متن کے چاروں طرف لکیریں بنا دی جاتی ہیں یا بارڈر سے آرائش کر دی جاتی ہے۔انسانی دلچسپی Human Interest کی خبریں عموماً ایسا چوکھٹہ بنا کر شائع کی جاتی ہے۔ تعطیل کے اعلانات ، اخبار کی قیمت میں اضافہ کی اطلاع یا دیگر ضروری معلومات قارئین کو دینی ہوتی ہیں تو باکس ہی میں سمو کر دی جاتی ہیں۔باکس شامل کرنے سے صفحہ کی آرائش میں بھی اضافہ ہوتا ہے۔

بریک Break یا خلل۔

وہ مقام جہاں کوئی طویل خبر کالم یا صفحہ پر ختم ہو جاتی ہے اور وہاں سے اسے دوسرے کالم یا صفحہ پر لے جانا ہوتا ہے مثلاً وہ جگہ جہاں یہ لکھنا ہوتا ہے کہ بقیہ کالم

نمبر۳ کے نیچے یا بقیہ صفحہ نمبر ۸ کالم نمبر ۳ پر۔ یعنی وہ مقام جہاں مضمون کے تسلسل میں خلل پڑتا ہے قاری کو وقفہ نصیب ہوتا ہے۔

بلیٹن Bulletin یا مختصر اہم خبر۔

اختصار کے ساتھ آئی ہوئی وہ خبر جو اخبار کی طباعت سے کچھ وقت قبل ملتی ہے اور پرچہ میں شائع کی جاتی ہے۔

سرکاری اطلاع: اہم واقعات کی یا بیمار کی کیفیت کی تازہ اطلاع۔

ریڈیو کی اصطلاح میں خبروں کا نشریہ بلیٹن یا نیوز بلیٹن کہلاتا ہے۔

بائی لائن By.Line یا بقلم۔

وہ سطر جو عموماً مضمون اداریہ غزل یا کالم کے اوپر لکھی جاتی ہے جس میں مضمون نگار اداریہ نگار شاعر۔۔۔ یا کالم نویس کا نام درج ہوتا ہے بائی لائن کہلاتی ہے مثلاً از: خواجہ احمد عباس یا بقلم ظفر علی خاں۔

کینڈ کاپی Canned Copy یا تشہیری کاپی

کسی بھی اطلاع یا تفصیل کا وہ مسودہ جو کسی سینڈیکیٹ ادارے، سفارت خانہ، یا حکومت کے محکمہ اطلاعات کی جانب سے موصول ہوتا ہے۔ یعنی جس اعلامیہ یا مراسلہ میں زیادہ سے زیادہ تشہیر حاصل کرنے کی کوشش کی جاتی ہے اسے Canned Copy کہتے ہیں۔ یعنی وہ ڈبہ جس میں تشہیری مسالہ ٹھونس ٹھانس کر بھیجا گیا ہے۔

کیپشن Caption یا تصویر کی سرخی۔

عام طور پر یہ کسی مضمون یا کتاب کا عنوان بھی ہوتا ہے۔ اخباری اصطلاح میں

کیپشن وہ سرخی ہے جو کسی تصویر کے نیچے دی جاتی ہے۔ کارٹون، کامک، نقشہ، چارٹ، گراف، ڈرائنگ جیسی تصویری چیزوں کے اوپر جمائی گئی سرخی بھی کیپشن کہلاتی ہے۔ اخبارات میں تصویر کے نیچے دی جانے والی تفصیلات کو کٹ لائنس Cutlines بھی کہتے ہیں۔

کلین کاپی Clean Copy یا صاف کاپی"۔

وہ مسودہ جس میں زیادہ تصحیح کی حاجت نہیں ہوتی۔ غلطیوں سے پاک مسودہ کو کلین کاپی کہتے ہیں۔

کلین پروف Clean Proof:۔

وہ پروف جس میں کوئی غلطی سرزد نہیں ہوئی ہے۔ ٹائپ سے لیا گیا یا کتابت شدہ وہ پروف جو بالکل صحیح ہے اور جس میں کسی تصحیح کی حاجت نہیں ہے۔

کلپ Clip یا تراشہ"

وہ کالم یا مضمون جو دوسرے اخبار یا رسالہ سے لیا جاتا ہے۔ یعنی وہ مواد جو کسی ہمعصر اخبار سے ماخوذ ہوتا ہے۔

جو خبر یا مضمون کسی اخبار سے محفوظ کرنے کے لیے کاٹا جاتا ہے اسے کٹنگ Cutting یا کلپنگ Clipping کہتے ہیں کسی مواد کو کلپ Clip کرنے کا مطلب یہ ہے کہ وہ کہیں سے عاریتاً لے کر شائع کیا جا رہا ہے۔

کول Col:۔

لفظ COL انگریزی لفظ کالم Column کا مخفف ہے۔

کاپی Copy

اخبار میں اشاعت کی غرض سے جو بھی مسودہ دیا جاتا ہے وہ کاپی Copy کہلاتا ہے۔مسودہ خواہ ہاتھ سے لکھا ہوا ہو یا ٹائپ شدہ ہو۔اسے کاپی ہی کہتے ہیں۔

کرسپانڈنٹ Correspondent مراسلہ نگار یا نامہ نگار۔

جو نامہ نگار اسی شہر میں کام کر رہا ہوتا ہے جہاں سے اخبار شائع ہوتا ہے اسے عموماً رپورٹر Reporter کہا جاتا ہے۔اور جو نامہ نگار دیگر مقامات پر کام کرتے ہیں انہیں کرسپانڈنٹ کہتے ہیں۔لفظ کرسپانڈنٹ ''سختی کے ساتھ صرف بیرون شہر نامہ نگار کے لیے استعمال نہیں ہوتا۔

کور Cover:۔

۱۔ رسالہ کا پہلا صفحہ کور پیج Cover Page یعنی سرورق کہلاتا ہے۔اسے فرسٹ کور First Cover بھی کہتے ہیں۔جلد کا دوسرا صفحہ یعنی سرورق کے پیچھے کا صفحہ سیکنڈ کور، Second Cover کہلاتا ہے جسے ان سائڈ کور Inside Cover بھی کہتے ہیں۔آخری صفحہ کے پیچھے کا صفحہ تھرڈ کور Third Cover کہلاتا ہے جبکہ جلد کا بالکل آخری صفحہ فورتھ کور Fourth Cover یا لاسٹ پیج" Last Page کہلاتا ہے۔

۲۔ لفظ کور □Cover صحافت میں ایک اور طریقہ پر بھی استعمال ہوتا ہے To cover کا مطلب ہے کہ فلاں اجلاس یا کاروائی کی تفصیلات جمع کر کے لائی جائیں مثلاً آج کا فٹ بال میچ کور Cover کیجئے۔یا مجھے کریڈٹ لائن Credit Line یا انتساب"

وہ مختصر لائن جس کے ذریعہ یہ اشارہ دیا جاتا ہے کہ متعلقہ خبر کہاں سے حاصل ہوئی ہے۔ جو خبر پریس ٹرسٹ آف انڈیا، سے موصول ہوتی ہے اس کے شروع میں یا آخر میں پی ٹی آئی، لکھا جاتا ہے۔ اسی طرح یونا یئٹڈ نیوز آف انڈیا۔ کے لیے یو این آئی کا مخفف استعمال ہوتا ہے۔ دیگر خبروں کے ساتھ رائٹر'' ''اے ایف پی'' ''تاس'' جیسے انتسابی نام اخبارات میں عام ہیں۔ سینڈیکیٹ اور دیگر ذرائع سے موصول ہونے والا مواد بھی منسوب'' ہوتا ہے۔ مضمون کے آخر میں ''انفا'' ''رنگ ریکھا فیچرس'' ''جیمنی نیوز فیچر'' جیسے انتسابی نام لکھے جاتے ہیں۔

کروسیڈ Crusade یا ''جہاد''

کروسیڈ صلیبی جنگ کو کہتے ہیں۔ بیت المقدس مسلمانوں سے لینے کے لیے مسیحیوں کی جانب سے لڑی ہوئی جنگیں کروسیڈس Crusades نام سے مشہور ہیں۔

اخبار اصطلاح میں استعمار کسی بداخلاقی یا بدعنوانی یا غلط طریقہ عمل کے خلاف جہاد یا کوشش کو کروسیڈ Crusade کہتے ہیں۔

کبھی کبھی اخبارات میں سماج کی کسی برائی، غلط روی، بدانتظامی رشوت خوری، اقربا پروری، غنڈہ گردی یا اسی نوع کی بے جا طگی یا بدانتظامی کو ختم کرنے کے لیے مسلسل ادارے وغیرہ لکھے جاتے ہیں، کئی ایسی مہمیں ہیں جو اخبارات نے شروع کر کے جیتی تھیں۔ ہر وہ متواتر مہم جو کسی فرد یا ادارہ کے خلاف اخبار کی جانب سے مقصد پورا ہونے تک پے در پے چلائی جاتی ہے اخباری اصطلاح میں جہاد یا ''کروسیڈ'' Crusade کہلاتی ہے۔

کب Cub یا نوآموز''

انگریزی زبان میں پلا یعنی ریچھ، شیر، شیر ببر، تیندوے یا کسی بھی درندے کا بچہ کب Cub کہلاتا ہے۔

اخباری اصطلاح میں ''کب'' ایسے نوآموز یا کارآموز نامہ نگار کو کہا جاتا ہے جو ''اپرینٹس Apprentice کے طور پر صحافتی کام سیکھنے کے لیے اخبار کے دفتر میں آتا ہے۔ بعض ''مبتدی'' عملہ ادارت میں تجربہ حاصل کرنے کی غرض سے مفت بھی کام کرتے ہیں۔

کٹ Cut یا ''تخفیف''

مختصر کرنے کی ادارتی ہدایت ''کٹ'' کہلاتی ہے۔ یعنی کسی خبر یا مقالہ کی طوالت ''کم'' کیجائے۔ بعض اوقات واضح طور پر اشارہ دیا جاتا ہے کہ Cut by Half یعنی طوالت تقریباً آدھی کر دی جائے۔ (Cut by 100 words) یعنی مواد میں سے کم از کم ایک سو الفاظ کم کر دیے جائیں۔ یعنی کسی بھی متن کی تخفیف کے لیے یہ حکم مستعمل ہے۔

کٹ لائن Cut Line

بڑے اخبارات میں شائع ہونے والی تصاویر کو بھی ''کٹ'' Cut کہتے ہیں اور ایسی تصاویر کے نیچے دی گئی وضاحت Cutline کہلاتی ہے۔ یعنی اخبار میں استعمال ہونے والے Photo Engraving یا ''ہاف ٹون'' بلاک کو مختصراً ''کٹ'' Cut کا نام بخشا گیا ہے، جہاں تصویر کے نیچے کی تشریح کو Cutlines کہتے ہیں وہاں تصویر کے اوپر کی سرخی کیپشن Caption کہلاتی ہے۔

ڈیٹ بک Date Book یا داشتی بیاض"

ڈیٹ بک کو ہم "روزنامچے کی بیاض بھی کہہ سکتے ہیں۔ اخبار کے شعبہ ادارت میں ایک ایسا رجسٹر رکھا ہوا کرتا ہے جس میں آئندہ ہونے والے تمام جلسوں، کانفرنسوں، نشستوں، جلوسوں اور ایسی ہی دیگر اعلان شدہ مصروفیات کی وصولہ اور جمع شدہ اطلاعات درج رہتی ہیں۔ یعنی یہ ایک طرح سے اخبار میں موجود "مصروفیات کی ڈائری Engagement Diary ہے۔

ڈیٹ لائن Date Line یا "تاریخ"

وہ مختصر عبارت جس میں خبر کی تاریخ شہر کے نام کے ساتھ دی جاتی ہے مثلاً واشنگٹن ۵ مئی، ٹوکیو ۱۶ جولائی۔ نئی دہلی ۳ مارچ۔

ڈیڈ لائن Deadline یا آخری تاریخ"

وہ آخری تاریخ جس دن یا اس سے پہلے مواد اخبار کے دفتر میں موصول ہو جانا ضروری ہے۔ روزانہ اخبارات کا وہ گھنٹہ اور منٹ جس کے بعد کوئی مواد فوری اشاعت کے لیے قبول نہیں کیا جاتا۔

ڈرٹی کاپی Dirty Copy یا غلیظ کاپی"

اخبار کو بھیجا گیا وہ مسودہ جس میں کئی غلطیاں ہوں۔ املا کی غلطیوں یا حقائق کی غلطیوں سے پر مسودہ کو غلیظ کاپی یا گندہ کاپی یا ڈرٹی کاپی کہا جاتا ہے۔

ڈبل ٹرک Double Truck

فرض کیجئے کہ ایک اخبار آٹھ صفحات پر شائع ہوتا ہے۔ اس طرح صفحہ ۴ اور ۵ درمیان میں آتے ہیں۔ جب صفحہ ۴ اور ۵ کے درمیان کوئی جگہ نہیں چھوڑی جاتی اور

دونوں صفحات پر مضامین اور تصاویر ایسے جمائے جاتے ہیں جیسے وہ ایک ہی صفحہ ہو تو اسے ڈبل ٹرک Double Truck کہتے ہیں بعض دفاتر میں اسے ''سینٹر اسپریڈ Centre Spread بھی کہتے ہےں۔

ڈمی Dummy یا ''نمونہ''

ہر اخبار کے شعبہ ادارت میں ہر روز ایک خاکہ یا ''نمونہ'' بنایا جاتا ہے کہ اگلے دن کا اخبار کیسے بنے گا۔یعنی اخبار کا ایک ''آوٹ لائن'' تیار کیا جاتا ہے کہ خبریں ہر صفحہ پر کہاں آئیں گی؟ کون سے کالم میں کس حیثیت میں کون سی تصویر آئے گی؟ کون سے کالم میں کس سائز کا کون سا اشتہار آئے گا؟ اس طرح پورے صفحہ کا ایک ''خاکہ'' اخباری اصطلاح میں ''ڈمی'' Dummy یا ''نمونہ'' کہلاتا ہے ایسے صفحہ کی تیاری سے میک اپ کرنے والے مدیر کو بھی صحیح رہنمائی ملتی ہے اور شعبہ طباعت کے عملہ کو بھی پتہ رہتا ہے کہ کون سا مواد کہاں اور کیسے جمایا جائے گا۔

ایر Ear:۔

اخبار کے پہلے صفحہ پر اخبار کے نام وغیرہ کی تفصیلات (پیشانی) کے دونوں جانب چوکھٹے بنے ہوتے ہیں جن میں عموما چھوٹے اشتہارات شائع ہوتے ہیں۔ ان چوکھٹوں کو اخبار کے ''کان'' یا ''ایر'' Ear کہتے ہیں۔بعض اخبارات میں ایسے چوکھٹے آخری صفحہ پر بھی ہوتے ہیں۔انہیں ''ایر پینل Ear Panel بھی کہا جاتا ہے۔کچھ اخبارات میں اخبار سے متعلق ضروری معلومات یا موسم کا حال وغیرہ انہی چوکھٹوں میں شائع کیا جاتا ہے۔ایسے چوکھٹوں میں اشتہار شائع کرنے کے لیے علاحدہ اور خصوصی نرخ مقرر ہوتے ہیں۔کچھ اخبار اپنے صفحہ اول پر ایک ہی چوکھٹہ

شائع کرتے ہیں۔ عارضی اشتہارات کے لیے کچھ زیادہ نرخ لیا جاتا ہے اور اگر ایک سال میں 99 سے زیادہ بار ایسے چوکھٹے میں اشتہار دیے جانے کا معاہدہ ہو تو نرخوں میں کمی کی جاتی ہے۔ اس کے لیے کالم سینٹی میٹر کے حساب سے نرخ نہیں لگایا جاتا۔ اشتہار کا نرخ فی ''ایریا پینل'' کے حساب سے لگایا جاتا ہے۔

ایکسچینج کاپی Exchange Copy تبادلہ کاپی

اخبارات کی دنیا کا یہ قدیم اور عالمگیر دستور ہے کہ ہمعصر اخبارات ایک دوسرے کے پرچے تبادلہ میں منگوا لیتے ہیں۔ تبادلہ میں بھیجا جانے والا پرچہ تبادلہ کاپی یا Exchange Copy کہلاتا ہے۔ عموماً تبادلہ کاپیاں بھیجتے وقت یہ خیال نہیں کیا جاتا کہ جس اخبار یا رسالہ سے تبادلہ ہو رہا ہے وہ متعلقہ اخبار سے ارزاں ہے یہ گراں جس طرح چھوٹے اخبارات تبادلہ میں بڑے اخبارات حاصل کرنے کے خواہاں رہتے ہیں اسی طرح بڑے اخبارات والوں کو چھوٹے اخبارات کے مطالعہ کا یکساں شوق رہتا ہے کیونکہ ہمعصر رائے سے واقفیت ہر اچھے صحافی کے لیے ضروری اور مفید ہوا کرتی ہے۔ تبادلہ کاپیوں کا ڈاک خرچ بھیجنے والا ادارہ برداشت کرتا ہے۔ یہ ایک رفیقانہ اور خوشگوار صحافتی رواج ہے۔

ایکسکلوزیو Exclusive یا ''خصوصی''

ایسا مواد جو خصوصی طور پر ایک ہی اخبار میں شائع ہوا ہے اور دیگر اخبارات اس سے بالکل محروم رہے ہیں۔ خصوصی خبر یا خصوصی مضمون شائع کرنا ہر اخبار کے لیے وقار کا مسئلہ ہوتا ہے۔ ہر صحافی کی یہ خواہش ہوتی ہے کہ وہ ایسی چیزیں اشاعت کے لیے حاصل کرے جسے حاصل کرنے میں دیگر ہمعصر ناکام رہے ہوں۔

ایکسٹراExtraیاضمیمہ

خاص خاص موقعوں پر ہر اخبار کو چند زائد صفحات پر مشتمل ضمیمہ جات شائع کرنے کی ضرورت ہوتی ہے۔ایسے زائد صفحات والے خاص ایڈیشن کو''ایکسٹرا'' Extra کہتے ہیں۔اہم انتخابات کے نتائج کے اعلان کے لیے ایسے ضمیموں کی اشاعت کارواج عام ہے۔کسی عظیم ترین ہستی کے اچانک قتل کے موقعہ پر یا ایسی ہی کسی حدودرجہ غیر معمولی خبر کی اشاعت کے لیے روزانہ اخبارات فوری طور پر ایک ضمیمہ شائع کرتے ہیں۔

فلیش Flash

کسی اہم ترین خبر کی پہلی جھلک جو مختصر ترین الفاظ میں اخبار کے دفتر میں پہنچتی ہے اور جس کی بنیاد پر اخبار کا عملہ ایسی اہم خبر کے بہتر استعمال کے لیے مستعد ہو جاتا ہے۔

فلرFiller یا''بھرتی''

وہ چھوٹی چھوٹی یا غیر اہم خبریں جو''بغیر'' سرخیوں کے خفی قلم میں یا باریک ٹائپ میں صرف اس خیال سے شائع کی جاتی ہیں کہ کالم میں سفید جگہ خالی رہنے کے بجائے بھر دی جائے۔ایسے مختصر مواد کو''سپیس فلر Space Filler بھی کہا جاتا ہے۔بعض اوقات اقوال کے ذریعہ بھی جگہ پر کر دی جاتی ہے۔

فلیگFlagیانشان

پہلے صفحہ پر اخبار کے نام کی تختی۔وہ حصہ جس میں اخبار کا نام وقفہ اشاعت یعنی روزنامہ یاہفت روزہ مقام اشاعت،مدیر کا نام قیمت فی پرچہ،رجسٹری نمبر معہ دیگر

ضروری تفصیلات درج ہوتا ہے۔ اسے پیشانی یا فلیگ Flag کہتے ہیں اور اسی سے اخبار جلد پہچانا جاتا ہے۔ ہر اردو اخبار جہاں تک ہو سکے اپنے نام کی خصوصی وضع سے کتابت کرواتا ہے۔ برسوں پہلے نشان کو مزین کرنے پر زیادہ زور دیا جاتا ہے۔ نقش ونگار سے اسے دیدہ زیب بنانے کی کوشش ہوتی تھی۔ آج کل سادگی پر زیادہ توجہ دی جارہی ہے اور کم سے کم مواد کو بالکل سیدھے سادے طریقہ پر درج کرنے کا دستور مقبول ہوتا جارہا ہے۔ انگریزی اخبارات پہلے پہل طریقہ پر درج کرنے کا دستور مقبول ہوتا جارہا ہے۔ انگریزی اخبارات پہلے پہل ''اولڈ انگلش'' Old English ٹائپ میں اپنے نام شائع کرنا پسند کرتے تھے۔ آج کل سادہ رومن Roman ٹائپ کو ترجیح دی جاتی ہے۔

فلمی Flimsy یا پتلا کاغذ

پہلے صفحہ پر اخبار کے نام کی تختی۔ وہ حصہ جس میں اخبار کا نام وقفہ اشاعت یعنی روزنامہ یا ہفت روزہ مقام اشاعت، مدیر کا نام، قیمت فی پرچہ، رجسٹری نمبر معہ دیگر ضروری تفصیلات درج ہوتا ہے۔ اسے پیشانی یا فلیگ Flag کہتے ہیں اور اسی سے اخبار جلد پہنچانا جاتا ہے۔ ہر اردو اخبار جہاں تک ہو سکے اپنے نام کی خصوصی وضع سے کتابت کرواتا ہے۔ برسوں پہلے نشان کو مزین کرنے پر زیادہ زور دیا جاتا ہے۔ نقش ونگار سے اسے دیدہ زیب بنانے کی کوشش ہوتی تھی۔ آج کل سادگی پر زیادہ توجہ دی جارہی ہے۔ اور کم سے کم مواد کو بالکل سیدھے سادے طریقہ پر درج کرنے کا دستور مقبول ہوتا جارہا ہے۔ انگریزی اخبارات پہلے پہل ''اولڈ انگلش'' Old English ٹائپ میں اپنے نام شائع کرنا پسند کرتے تھے۔ آج کل سادہ رومن Roman ٹائپ کو ترجیح دی جاتی ہے۔

فلمسی Flimsy یا ''پتلا کاغذ

اس کے لفظی معنی خفیف یا کمزور ہیں۔ اخباری اصطلاح میں یہ پتلے کاغذ کے لیے استعمال ہوتا ہے۔ پتلے کاغذ کی کئی قسمیں ہوتی ہیں مثلاً OnionSkin,Manila,AirMail Paper, Bible Paper, Paper وغیرہ۔ بعض دفاتر میں کاربن کاغذ کی مدد سے لی گئی کاپی یعنی نقل کو بھی فلمیں کہنے کا رواج عام ہے۔

فوٹوگ Fotog

فوٹوگرافر کا مخفف ہے جو اخبارات میں عام طور سے مستعمل ہے وہ کیمرہ مین یا عکاس جو اخباری تصاویر کھینچے میں ماہر ہو۔ انہیں پریس فوٹوگرافر Press Photographer اور نیوز کیمرہ میں News Cameraman بھی کہتے ہیں۔

فورتھ اسٹیٹ Fourth Estate یا چوتھی اقلیم''

لفظ ''فورتھ اسٹیٹ'' عام طور سے ''اخبارات'' یا ''پریس کے لیے احتراماً استعمال ہوتا ہے۔

جمہوری مما لک میں صحافت کا احترام عام ہے۔ کسی بھی عوامی ریاست میں مندرجہ ذیل چار ادارے اہم اور وقیع ہیں؛

اول: مقننہ یعنی لیجسلیچر Legislature بمعنی قانون ساز ادارے

دوم: حکومت یعنی انتظامیہ جسے ایگزیکٹو Executive یا اڈمنسٹریشن Administration کہتے ہیں (حکومت کا صیغہ انتظامی)

سوم: عدلیہ یعنی عدالتیں (عدل وانصاف کا شعبہ یا عداتی نظام) جسے ''جوڈی

شی ایری Judiciary کہا جاتا ہے۔

چہارم: پریس یعنی اخبارات

اخبارات کے لیے ”چوتھی اقلیم“ یا ”اقلیم چہار“ یا ”چوتھی **ملک**“ یعنی ”**فورتھ** اسٹیٹ Fourth Estate کالقب استعمال کرنا تعظیمی بات ہے۔

الیف، وائی، آئی F.Y.I یا آپ کی اطلاع کے لیے

الیف، وائی، آئی انگریزی الفاظ For your information کا مخفف ہے۔اس کا مطلب ہے آپ کی اطلاع کے لیے یہ حروف عموماً ایسے مسودوں پر لکھے جاتے ہے جو کسی اخباری نمائندہ کے نام بھیجے جاتے ہیں۔

گھوسٹ رائٹر Ghost Writer یا گمنام مصنف“

ایسے قلمکار جو دوسروں کے لیے قلم تو استعمال کرتے ہیں مگر اپنے نام شائع نہیں کرواتے ۔ایسے ”گمنام مصنف“ یا گھوسٹ رائٹر Ghost Writer کہلاتے ہیں۔

چمکیلی Glossy

ہر چمکدار اور بھڑکیلی شے کو عام طور سے Glossy کہتے ہیں۔مگر اخبارات میں یہ لفظ خاص طور سے ان تصاویر کے لیے استعمال ہوتا ہے جو اخبارات میں اشاعت کے لیے قبول کی جاتی ہیں۔اخبار میں چھپنے کی غرض سے بھیجی جانے والی تصویر کا ”چمکیلی“ ہونا ضروری ہے۔

ہیڈ Head یا ''سرخی''

ہیڈ لائن کا مخفف اخبارات کی اصطلاح میں ''ہیڈ'' ہے یعنی سرخی یا عنوان باکس میں دی جانے والی سرخی باکس ہیڈ Box Head کہلاتی ہے۔

بینر کو عام طور سے بینر ہیڈ Banner Head کہتے ہیں۔

خبر اشاعت کے لیے منتخب ہوگئی ہے مگر سرخی ابھی طے نہیں ہوئی ہے تو (مسودہ) کے اوپری حصہ میں H.T.C H.T.K. حروف لکھ دیے جاتے ہیں، جس کا مطلب ہے Head to Come یعنی ''سرخی کچھ دیر بعد روانہ کی جائے گی۔

جمپ Jump یا ''جست''

ایک صفحہ سے کسی اور صفحہ پر مضمون لے جانے کے عمل کو ''جست'' یا جمپ Jum کہتے ہیں۔

جمپ ہیڈ Jump Head یا ''جست سرخی''

جب کوئی مضمون کسی ایک صفحہ سے دوسرے اندرونی صفحات پر لیجایا جاتا ہے تو قارئین کی سہولت کے لیے مکمل سرخی یا اشارتی سرخی دینی ضروری ہوتی ہے ایسی سرخی ''جست سرخی'' یا جمپ ہیڈ'' Jump Head□ کہلاتی ہے۔

جمپ لائن Jump Line یا جست لائن''

جب کوئی مواد ایک صفحہ پر ختم نہ ہوئے کی وجہ سے دیگر اندرونی صفحات پر منتقل کیا جاتا ہے تو قارئین کی معلومات کے لیے وہاں ''بقیہ صفحہ نمبر ے پر'' لکھنا پڑتا ہے ایسی اشاراتی سطر ''جست لائن'' یا ''جمپ لائن'' کہلاتی ہے۔

لیگ مین Legman یا ''مخبر''

اخبار کے دفتر میں کام کرنے والے کارکن کچھ ایسے ہوتے ہیں جو خبریں جمع کرنے میں مشاق ہوتے ہیں مگر خبریں تحریر کرنے کی اہلیت سے عاری ہوتے ہیں ۔وہ اپنی ٹانگیں استعمال کر کے ایک جگہ سے دوسری جگہ جا کر گھوم پھر کر معلومات تو فراہم کر سکتے ہیں مگر ہاتھ اور قلم کے استعمال سے مجبور ہوتے ہیں ۔ایسا ان کی کم علمی یا قلیل تجربہ کی بنا پر بھی ہوتا ہے یعنی ایسے لوگ جو خبر لا سکتے ہیں مگر لکھ نہیں سکتے ، انہیں مخبر ''لیگ مین'' Legman کہا جاتا ہے ۔بعض جگہ انہیں ''لیگر'' Legger یا ''پیدل ہرکارہ'' بھی کہتے ہیں۔

لوگ Log یا ''روزنامچہ''

اخبار کے دفتر کے شعبہ ادارت میں رکھی گئی وہ کتاب یا تفویض نامہ جس میں درج رہتا ہے کہ کس نامہ نگار کو کون کون سی ذمہ داری سونپی گئی ہے ۔

بعض دفاتر میں اسے ''ایسائنمنٹ بک Assignment Book یا ''ایسائمینٹ رجسٹر'' Assignment Register بھی کہا جاتا ہے

میک اپ Make Up یا سجاوٹ

اخبار میں الفاظ کی ترتیب تصاویر کی تنصیب لکیروں کی تزئین، مجموعی تدوین اور دیگر مواد کی آرائش وغیرہ کو ''میک اپ یا سجاوٹ کہا جاتا ہے پہلے پہل کے اخبارات میں صرف تحریر پر توجہ دی جاتی تھی اور نقش و نگار معدوم تھا۔مگر جدید اخبارات میں روپ رنگ کا ہونا لازمی ہے ۔بڑے اخبارات میں صفحات کی زیب و زینت کو اتنی اہمیت دی جاتی ہے کہ ایسے ماہرین کی خدمات حاصل کی جاتی ہیں جو اخبارات کے

صفحات کو پرکشش بناتے ہیں اور انہیں میک اپ ایڈیٹر Make up Editor کے معزز عہدہ سے نوازا جاتا ہے۔ سرخی نویسی کی طرح صفحات کی ترتیب ایک خصوصی ہنر ہے جس میں آئے دن تجربات ہوتے رہتے ہیں۔ جدید وضع کے ٹائپ یا تصویروں یا آرائش کی چیزوں کے زیادہ سے زیادہ استعمال سے ہر صفحہ کو نظر فریب بنانے کی کوشش کی جاتی ہے۔ لحاظ رکھا جاتا ہے کہ آراستگی کے ساتھ ساتھ اخباری مواد کے پڑھنے میں کوئی دقت محسوس نہ ہو۔ تمام مواد کو جو الفاظ، تصاویر اور دیگر لوازمات پر مشتمل ہوتا ہے ایک حسن ترتیب سے سنوارنے اور نکھارنے کا کام میک اپ کہلاتا ہے۔ شعبہ ادارت کی جاری کردہ ہدایات پر شعبہ طباعت میں صفحات ایسی ہی وضع قطع سے مرتب کیے جاتے ہیں جن کی خواہش عملہ ادارت کے اراکین کی جانب سے ظاہر ہوئی ہے۔ روزانہ اخبار میں صفحہ اول کو دیدہ زیب بنانے پر توجہ دی جاتی ہے

ماسٹ ہیڈ Masthead یا ''سرنامہ''

روزانہ اخبار میں ''سرنامہ'' یا ''پیشانی'' یعنی Masthead وہ تفصیل ہے جو عموماً اداریہ کے صفحہ پر اوپر حصہ میں دی جاتی ہے۔ جسمیں اخبار اور مدیر کا نام، ناشر کی تفصیل، دفاتر کے پتہ جات، سالانہ قیمت یا دیگر اہم معلومات درج ہوتی ہیں۔ آج کل ''سرنامہ'' میں مختلف مدیروں کے نام اڈورٹائزنگ سرکیولیشن منیجر۔ مختلف برانچ آفسوں کے منیجروں کے نام، ٹیلی فون نمبر، سرح خریداری وغیرہ خفی حروف میں دینے کا رواج مقبول ہوتا جارہا ہے۔ عموماً نامہ میں اخبار کے نام کی اسی پلیٹ کا مختصر نمونہ شائع کیا جاتا ہے جو صفحہ اول پر فلیگ Flag یا نشان یا پرچم میں طبع رہتا ہے۔

مورگ Morgue یا ''کتب خانہ''

عام اصطلاح میں مورگ یا مردہ گھر اسپتال کا وہ کمرہ یا ہال ہوتا ہے، جہاں لاشیں رکھ دی جاتی ہیں۔ اخباری اصطلال میں مورگ وہ کتب خانہ ہوتا ہے جہاں حوالہ جات کی کتابوں، رسالوں، رپورٹوں یا فائلوں کا کثیر مجموعہ رہتا ہے۔

اخبار میں کام کرنے والے صحافیوں، نامہ نگاروں، کالم نویسوں، اداریہ نگاروں وغیرہ کو کسی بھی فرد یا ادارہ، خیال، نظریہ، ملک تحریک، واقعہ حادثہ، تاریخ مورچہ، کانفرنس، کمیشن وغیرہ کی گذشتہ معلومات کی ضرورت پڑ جاتی ہے۔ عموماً ہر عمدہ اخبار کے دفتر میں ایک ایسا کتب خانہ ہوتا ہے جہاں اہم کتابیں، حوالہ جات کی مستند جلدیں۔ اخبار کے تراشے، پرانے رسالے، وغیرہ ایک خصوصی ترتیب کے ساتھ محفوظ رہتے ہیں۔ کتب خانہ کا مہتمم مطلوبہ معلومات فوراً تلاش کر کے صحافی کے ہاتھ میں تھما دیتا ہے۔ اس کتب خانہ میں موجود ہر کتاب، جریدہ، تراشہ تصویر، رپورٹ، قاموس العلوم، دائرۃ المعارف (انسائیکلوپیڈیا) فرہنگ، سالنامہ وغیر کی تازہ فہرست حروف تہجی کی ترتیب سے موجود رہتی ہے۔ انڈکس Index کی مدد سے مطلوبہ معلومات لمحوں میں یکجا ہو جاتی ہیں۔ ہر اچھے اخبار کے دفتر میں تازہ اور مستند ڈکشنریوں، ڈائریوں، ڈائرکٹریوں، سالانہ حوالہ جاتی کتابوں وغیرہ کا ایک منتخب ذخیرہ ہونا بے حد ضروری ہے۔

اوبٹ Obit یا رحلت

اخبار میں موت کی خبر کو ''اوبی چیوری'' Obituary کہتے ہیں ''اوبٹ'' Obit اس کا مخفف ہے، اموات کا کالم اوبی چیوری کالم □(Obituary Comumn)

کہلاتا ہے۔

''اوبی چیوری'' کے عنوان کے تحت متوفی کی مختصر سوانح عمری بھی دی جاتی ہے

پکس Pics یا ''تصاویر''

''پکچر'' واحد ہے اور ''پکچرس'' جمع پکچس Pictures کا مخفف Pics یا Bx

اصطلاحا استعمال ہوتا ہے۔

پلے Play ''اہمیت''

جب کسی خبر کو غیر معمولی اہمیت دینا مطلوب ہوتا ہے تو کہا جاتا ہے کہ یہ ''خبر Play کیجائے۔ یعنی اسے بڑھا چڑھا کر نمایاں طور پر شائع کیا جائے تاکہ قارئین کی خصوصی نظر اس پر پڑے۔

ریل روڈ Railroad یا ''راست''

بعض خبروں کی رپورٹیں اتنی جامعیت اور کاملیت کے ساتھ اخبار کے دفتر میں موصول ہوتی ہے کہ ان میں نہ کسی صحیح کی ضرورت ہوتی ہے اور نہ نامہ نگار ہی کی دی ہوئی سرخی میں تبدیلی کی ضرورت محسوس کی جاتی ہے۔ جب ایسی کوئی چیز بغیر کسی ترمیم یا تنسیخ کے کاتب یا کمپوزیٹر کے حوالے کر دی جاتی ہے تو اس عمل کو ریل روڈ یا ''راست'' کہا جاتا ہے۔

کبھی کبھی کوئی اہم خبر تاخیر سے ملتی ہے جبکہ اخبار کی چھپائی شروع ہونے میں بہت کم وقت رہ جاتا ہے۔ کافی توجہ سے اس کی نوک پلک سدھارے بغیر سرسری طور پر ''بہ عجلت تمام'' وہ خبر اشاعت کے لیے بھیج دی جاتی ہے۔ ایسی ''سرعت'' میں ''راست'' بھیجی گئی خبروں کو بھی ''ریل روڈ'' (ریل سڑک) کہتے

ہیں

رائٹر Reuters

یہ دنیا کی ایک قدیم اور عظیم خبر رساں ایجنسی ہے جس کا صدر دفتر لندن میں ہے۔انگریزی میں اسے ریوٹر Reuter لکھا جاتا ہے مگر اس کا صحیح تلفظ ''رائٹر'' ہے ۔اسی مناسبت سے اردو میں اس ایجنسی کی وساطت سے آنے والے خبروں کے ساتھ انتسابا ''رائٹر لکھا جاتا ہے۔

رننگ اسٹوری Running Story یا ''مسلسل''

جو مضامین ایک سے بھی زائد قسطوں میں شائع ہوتے ہیں وہ ''مسلسل'' یا ''رننگ اسٹوری Running Story کہلاتے ہیں۔

سیکرڈ کاؤ یا ''مرغوب'' Sacred Cow

بعض موضوع کسی ناشر یا مالک اخبار یا مدیر اعلیٰ کے محبوب ترین ہوتے ہیں اور ایسے موضوعات سے متعلق جو بھی خبر یا رائے یا تبصرہ شائع ہوسکتا ہے وہ لازمی طور پر منتخب ہو جاتا ہے۔ایسی خبریں اور مضامین جس میں مقتدر احباب کی گہری دلچسپی ہے انہیں اخباری زبان میں ''مقدس گائے'' یا سیکرڈ گاء ے Sacred Cow کہتے ہیں۔مثلاً کسی مالک اخبار کو چڑیا گھر اور وہاں کے جانوروں سے متعلق خبروں یا تفصیلات سے دلچسپی رہتی ہے۔کسی مدیر کو کسی سماجی یا سیاسی تحریک سے گہرا لگاؤ رہتا ہے۔یا کسی ناشر کو اپنے کلب کی سرگرمیوں سے زیادہ انس رہتا ہے۔اسی طرح نامہ نگار بھی ایسے معاملات کو زیادہ اچھالتے ہیں جن سے انہیں خصوصی رغبت رہتی ہے۔

اسکوپ Scoop

ایسی خبر جو نامہ نگار کو خصوصی طور پر حاصل ہو اور جس کی حریفوں کو خبر نہ ہونے پائے اسکوپ کہا جاتا ہے۔ ہر اخبار کی یہی آرزو رہتی ہے کہ وہ زیادہ سے زیادہ ایسی اہم ترین ''مخصوص'' یا Scoop خبریں شائع کر سکے۔ ہندوستان میں مہاتما گاندھی کے قتل کی خبر شائع کرنے والا پہلا اخبار مدراس سے نکلنے والا انگریزی روزنامہ ''دی میل The Mail تھا یعنی اس اخبار کے لیے یہ ''مخصوص خبر یعنی Scoop خبریں فراہم کی تھیں۔ دنیا کی اہم ترین خبریں سب سے پہلے شائع کرنے میں لندن کے مشہور اخبار'' دی ٹائمز The Times کا ایک خاص عالمی ریکارڈ ہے۔ اسکوپ خبر حاصل کرنا کسی بھی نامہ نگار کے لیے بلند مرتبہ یا معراج حاصل کرنے کے مترادف ہے۔

اسٹرنگر Stringer یا قصباتی نگار''

ہر اخبار کی جانب سے اہم مقامات پر کل وقتی Full Time نامہ نگار مقرر رہتے ہیں۔

مگر چھوٹے مقامات پر جز وقتی Part Time طور پر نامہ نگار کو عارضی نامہ نگار یا Stringer کہتے ہیں۔ یہ نامہ نگار خبریں بھیجنے والے بیک وقت تقریباً ہر اخبار اور خبر رساں ایجنسی سے متعلق ہوتے ہیں۔

اسٹاپ پریس Stop Press یا ''چھپتے چھپتے''

اخبار کی طباعت کا کام شروع ہو چکا ہوتا ہے کہ کوئی اہم ترین خبر آ جاتی ہے جس کا اگلے دن کے اخبار میں شائع ہونا ضروری سمجھا جاتا ہے۔ ایسی خبر کو مختصر طور پر لکھا

جاتا ہے۔ طباعت روکی جاتی ہے اورکسی صفحہ کے کونے پر یہ خبر درج کر دی جاتی ہے۔ایسی خبروں کو''اسٹاپ پریس''خبریں کہا جاتا ہے۔بعض اخبارات اسے''تازہ ترین''یا ''لیٹ نیوز Late News کے عنوان سے شائع کرتے ہیں۔ اردو اخبارات میں ''چھپتے چھپتے'' کاعنوان زیادہ مروج ہے۔

سب ہیڈ Subhead یا ضمنی سرخی۔

کسی بھی طویل خبر یا مضمون میں ضمنی سرخی یا ذیلی سرخی لگانے کارواج عام ہے۔ اگر ضمنی سرخیاں نہ ہوتو تمام کالم یا صفحہ الفاظ کا گھنا جنگل نظر آتا ہے۔سہولت کے ساتھ مواد کا مطالعہ کرنے کے لیےبھی ضمنی سرخیوں کی اہمیت تسلیم کی گئی ہے۔بعض تجربہ کار مقالہ نگار خود ہی ضمنی سرخیاں فراہم کردیتے ہیں۔مگر اخبار کے دفتر میں ضمنی سرخیوں کی تحریر کی ذمہ داری نائب مدیر سنبھالتے ہیں۔ انگریزی میں اور دیگر ہندوستانی زبانوں کے اخبارات میں ضمنی سرخیاں لگانا عموماً میک اپ ایڈیٹر کی ذمہ داری ہوجاتی ہے جو کمپوز شدہ مواد کی طوالت پر نظر رکھ کر ایسے پیراگرافوں کے درمیان ضمنی سرخیاں لگاتے ہیں جو کافی لمبے ہیں اور جہاں ضمنی سرخیوں کی شمولیت سے صفحہ دیدہ زیب نظر آئے۔ضمنی سرخی کا بہت ہی مختصر ہونا ضروری ہے۔عموماً یہ دو تین الفاظ پر مشتمل ہوتی ہے۔لحاظ رکھا جاتا ہے کہ وہ کالم کی چوڑائی کے تقریباً آدھے سائز کی ہو۔اکثر و بیشتر ضمنی سرخی کالم کی چوڑائی کے درمیان ہوتی ہے۔ کتابت ہوتو ضمنی سرخی کے لیے علاحدہ قلم استعمال ہونا ضروری ہے۔مواد کمپوز ہورہا ہے تو ضمنی سرخی کے لیے جدا طرز کے ٹائپ کا استعمال لازمی ہے۔

ٹیب Tab

یہ لفظ انگریزی Tabloid کا مخفف ہے۔ٹیب لائڈ اس اخبار کو کہتے ہیں جو معیاری سائز کے اخبارات سے آدھے سائز پر شائع ہوتا ہے۔اس سائز کے اخبار میں عموماً چار کالم ہوتے ہیں۔شام نامے یعنی شام میں شائع ہونے والے اخبارات اسی سائز کو ترجیح دیتے ہیں۔بعض مقبول صبح کے اخبارات بھی اسی سائز میں شائع ہوتے ہیں۔اردو کے مشہور اخبارات میں نئی دنیا اردو بلٹز ،نشیمن ’’’’ہماری زبان‘‘ ’’عظیم آباد ایکسپرس‘‘ٹیب لائڈ سائز ہیں۔

ٹپ tip یا’’اشارہ‘‘

وہ اشارہ جو کسی جانب سے ملے اور جس کی بنا پر کوئی اہم خبر مل جائے، ’’ٹپ ‘‘کہلاتا ہے اسے خفیہ اطلاع‘‘ بھی کہہ سکتے ہیں۔

یلو Yellow یا زرد صحافت‘‘

سنسنی خیز صحافت کو زرد صحافت کہا جاتا ہے۔ ہر وہ اخبار جو جرائم کی زیادہ سے زیادہ خبریں دیکر یا طرح طرح کی چونکانے والی خبروں یا تصاویر سے قارئین کے عامیانہ مذاق کی تسکین کرتا ہے وہ زرد صحیفہ Yellow Journal کہلاتا ہے۔غیر صحت مند صحافت کو اصطلاحاً یلو جرنلزم Yellow Journalis کہتے ہیں۔

انیسویں صدی کے اواخر میں نیو یارک کے دو مشہور روزناموں میں اپنی اپنی تعداد اشاعت بڑھانے کے لیے زبردست مقابلہ ہوا تھا۔جوزف پلٹزر Joseph Pulitzer کے اخبار’’نیو یارک ورلڈ New York World اور ولیم رانڈلف ہرسٹ William Randolph Hearst کے اخبار نیو یارک جرنل‘‘ میں نوک

جھونک کا سلسلہ جاری تھا۔ دونوں اخبار سنسنی پھیلانے میں ایک دوسرے پر سبقت لے جانے کی کوشش میں مصروف تھے۔ ان دنوں اخبارات میں ایک مقبول کامک پٹی ییلو کڈ Yellow Kid کے نام سے شائع ہوئی تھی۔ کامک میں ڈھیلی پتلون پہنے بغیر دانتوں والا ایک لڑکا اپنی سرگرمیوں سے لوگوں کو ہنسنے ہنسانے میں کامیاب تھا۔ لوگ اس کارٹونی کردار سے کافی محظوظ ہوتے تھے۔ اس کردار کے خالق ''آؤٹ کالٹ Outcalt نامی کارٹونسٹ کی کافی مقبولیت تھی۔ قارئین روزانہ ''ییلو کڈ'' کے نت نئے کارناموں سے گہری دلچسپی لیتے تھے۔ اس نام کی مناسبت سے ہر وہ اخبار ''زرد یا Yellow کہلاتا ہے جو غیر صحت مند اور غیر سنجیدہ صحافت سے عامیانہ ذوق کی خبریں اور تصاویر شائع کرتا ہے۔ ایسی صحافت غیر اصولی اور قابل مذمت سمجھی جاتی ہے۔

زیرو آور Zero Hour یا ''آخری لمحہ''

اخبار کے دفتر میں اگلے دن کے اخبار کی تیاری کے دوران وہ ''آخری لمحہ'' جس کے بعد کوئی خبر اشاعت کے لیے قبول نہیں کی جاتی۔

تکنیکی اصطلاحات

بلاٹر Blotter

کسی بھی پولیس چوکی میں رکھا ہوا وہ رجسٹر جس میں تازہ کی گئی گرفتاریوں کی فہرست رہتی ہے۔

ٹیلی فوٹو Telephoto یا ''ریڈیو فوٹو''

ٹیلی گراف کے ذریعہ موصول ہونے والی تصویر کو، ٹیلی یا ویڈیو فوٹو کہا جاتا ہے۔ جرمن زبان میں Tele لفظ کسی بھی ''دور'' کی چیز کے لیے استعمال ہوتا ہے۔ مثلاً ٹیلی فون، ٹیلی گراف ٹیلی پرنٹر، ٹیلی ویژن (دوردرشن) وغیرہ۔ اس طرح ''ٹیلی فوٹو'' کو ہم ''دور سے آنے والی تصویر'' بھی کہتے ہیں۔ ٹیلی گراف کے ذریعہ ''موصول ہونے والی تصویر کو ریڈیو فوٹو کہا جاتا ہے۔ لاسلکی یعنی وائرلیس Wireless□ ریڈیو کے ذریعہ بھی تصویر ایک جگہ سے دوسری جگہ منتقل ہو جاتی ہے جسے ''ریڈیو فوٹو Radiophoto کہتے ہیں۔

اگر تصویر بالکل صاف نہیں ہے تو ''ریڈیو فوٹو'' کے الفاظ ضرور لکھے جاتے ہیں تاکہ قارئین کو اندازہ ہو کہ لاسلکی ''یعنی ''بغیر تار'' ریڈیو طریقہ ترسیل پر انحصار کی وجہ سے تصویر بالکل صاف نہیں آئی ہے۔ موجودہ دور میں ٹیلی فوٹو یا وائر فوٹو یا ٹیلی فوٹو کا استعمال روز بروز بڑھتا جا رہا ہے۔

فیکسی ملے Facsimile

اخبار کا وہ صفحہ جس کا ہو بہو عکس جدید آلات کی مدد سے ایک شہر سے دوسرے شہر ترسیل کیا جاتا ہے یہ عکس فیکسی ملے کہلاتا ہے۔

آج کل برقیات ایجادات کی وجہ سے اخبارات کی اشاعت میں کئی حیرت انگیز تبدیلیاں رونما ہو رہی ہیں۔ دیگر غیر ممالک کی طرح ہندوستان میں بھی کئی اخبارات ''فیکسی ملے'' Facsimile طریقہ سے طبع ہو رہے ہیں۔ انگریزی لفظ ''فیکسی ملے'' کا معنی ہے ''تحریر اور تصویر کی چھپائی کی صحیح نقل، کسی بھی اخبار کے پورے صفحے کی نقل برقیاتی آلات کی مدد سے ایک مقام سے دوسرے مقام تک پہنچ جاتی ہے۔ مثلاً مدراس میں دی ہندو The Hindu نامی انگریزی اخبار کے دفاتر میں اخبار کا صفحہ تیار ہوتا ہے تو اس صفحہ کی ہو بہو نقل بنگلور کے ''ہندو'' دفاتر میں اتر جاتی ہے جس کے لیے قیمتی اور جدید ترین آلات نصب ہیں۔ اسطرح مدراس میں تیار کیے جانے والے تمام صفحات کی نقلیں بنگلور دفاتر میں رات 12 بجے تک پہنچ جاتی ہیں جن کی مدد سے وہاں پلیٹیں تیار کر کے بڑی آفسیٹ مشینوں پر بآسانی طباعت کر لی جاتی ہے۔ اس طرح ادارت کا کام ایک ہی مرکزی دفتر میں ہوتا ہے اور دیگر دفاتر میں صرف موصول شدہ صفحات کی نقلیں تیار ہوتی ہیں۔ اس طریقہ عمل سے کسی بھی مقام سے کوئی بھی اخبار یا رسالہ طبع ہو سکتا ہے۔ کئی اخبارات پیرس اور لندن سے ایک ساتھ اس طریقہ سے شائع ہوتے ہیں۔ مشہور امریکی ہفت روزہ رسائل نے اس طریقہ سے دنیا کے دور دراز مقامات سے اپنے رسالوں کے ''فیکسی ملے'' یعنی ''چربہ'' ایڈیشنوں کے شائع کرنے کا معقول انتظام کر رکھا ہے۔ بہ الفاظ دیگر ہو بہو ''اخبارات کی اشاعت کو ''فیکسی ملے'' ایڈیشن کہتے ہیں

بین ڈے Benday

لیٹر پریس پرنٹنگ میں استعمال کے لیے دوطرح کے بلاک بنائے جاتے ہیں۔ کسی بھی مسودے یعنی تحریر، ٹائپ رائٹنگ، ڈرائنگ، نقشہ جات، چارٹ، گراف وغیرہ کے بلاک کو، لائن بلاک Line Block کہتے ہیں۔ جو بلاک فوٹوگراف یعنی کیمرہ سے لی ہوئی چمکدار فوٹوگرافک پیپر کی کاپیوں سے بنائے جاتے ہیں انہیں ہاف ٹون Half Tone بلاک کہا جاتا ہے۔

اس طریقہ کار کو، فوٹو اینگریونگ Photoengraving بھی کہتے ہیں۔ آرائش یا تزئین کی خاطر تصویر میں تاریکی پیدا کرنے کے لیے شیڈنگ Shading کے طریقہ عمل کو بین ڈے پروسس Benday Process کہا جاتا ہے۔

مختلف سائز کے نقطوں پر مشتمل بین ڈے ڈرائنگ کے بیسیوں نمونے تیار شدہ ملتے ہیں۔ لیتھو اور آفسیٹ کے لیے "بین ڈے" نمونوں سے استفادہ کیا جاسکتا ہے

۔

نیو یاک کے مشہور اخبار The New York Sun کے مدیر بین ڈے Benday اس کے موجود ہیں اور انہیں کے نام سے یہ موسوم ہے۔

الیکٹرو Eloctro

لفظ Electro تکنیکی اصطلاح "الیکٹروٹائپ Electrotype کا مخفف

ہے۔

کسی چھوٹے لائن بلاک یا ٹائپ یا تصویر پر مشتمل اخبار کے صفحہ کا چربہ پہلے موم پر اتارا جاتا ہے اور اس کی مدد سے ٹائپ بنانے والے دھات پر بلاک یا صفحہ کا چربہ

الیکٹروپلیٹنگ Electroplating نامی تکنیکی طریقہ عمل سے لیا جاتا ہے، یعنی کسی بھی بلاک یا پورے اخباری صفحہ کی وہ نقل یا Duplicate جو دھات پر اتالی جاتی ہے Electro (Electrotype) کہلاتی ہے۔

گیلی Galley

لکڑی اور دھات کی بنی ہوئی اس سینی کو کہتے ہیں جس میں کمپوز شدہ ٹائپ کی قطاریں رکھ دی جاتی ہیں۔ گیلی میں مجتمع ٹائپ مواد پر طباعت کی سیاہی کا بیلن Roller پھرا کر گیلے کاغذ پر جو پروف Proo اتارا جاتا ہے اسے گیلی پروف Galley Proof کہتے ہیں۔

ہاف ٹون Halftone

لیٹر پریس پرنٹنگ یا روٹاری پرنٹنگ طریقہ طباعت میں تصویروں کے جو بلاک بنائے جاتے ہیں وہ عرف عام میں فوٹو بلاک کہلاتے ہیں مگر تکنیکی اصطلاح میں انہیں ہاف ٹون Halftone بلاک کہا جاتا ہے۔ عموما یہ جست (جستا) یعنی زنک Zinc میں بنائے جاتے ہیں۔ جب بلاک سے لاکھوں کی تعداد میں چھپائی کرنی ہوتی ہے تو یہ بلاک تانبے یعنی Copper میں بنا لیے جاتے ہیں۔ ہاف ٹون بلاک میں نور و ظلمت کا امتزاج ہوتا ہے۔ جس کے لیے اسکرینگ Screening نامی طریقہ عمل استعمال کیا جاتا ہے۔

لائنو ٹائپ Linotype

ڈھلے ہوئے ٹائپ کو لائنو ٹائپ کہتے ہیں۔ اس خودکار Automatic مشین پر کام کرنے والا لائنو ٹائپ آپریٹر Linotype Operator کہلاتا ہے۔

پائنٹ Point

چھپائی کے ٹائپ کے ناپ کے لیے پائنٹ کا پیائشی حساب پر مشتمل اور مقبول ہے۔

ایک انچ میں □72 پائنٹ ہوتے ہیں جن □12 پائنٹ کے چھ حروف جمائے جائیں تو چوڑائی ایک انچ ہوتی ہے۔

کم سے کم 1/2 5 پائنٹ کے ٹائپ کے دیگر تکنیکی نام بھی متعین ہیں مثلاً 5 □1/2 پائنٹ کا ٹائپ □Agate کہلاتا ہے۔ 6 پائنٹ کا ٹائپ Nonpareil کے نام سے مشہور ہے۔ سات پائنٹ کا ٹائپ Minion کے نام سے موسوم ہے جبکہ آٹھ پائنٹ کا ٹائپ Brevier کہلاتا ہے۔ 12 پائنٹ کا معیاری ٹائپ ''پائی کا''PICA کے نام سے زبان زد خاص و عام ہے۔

ٹائپ کو پائنٹ کے حساب سے ناپنے کا طریقہ ٹائپ بنانے والوں نے 1886 میں ایجاد کیا۔ ٹائپ کے سائز میں حد درجہ درستگی برتی جاتی ہے۔ تکنیکی حساب سے ایک پائنٹ ۔۔(0.996264) انچ ہوتی ہے۔

پروف Proof

پروف وہ مطبوعہ کاغذات ہیں جو بغرض تصحیح پروف مشین یا پرنٹنگ مشین سے نکالے جاتے ہیں۔ پروف وہ خاکی یا مسودہ یا سب سے پہلا چھپا ہوا کاغذ ہے جو

بغرض اصلاح دکھایا جاتا ہے۔

پروف ریڈرProof Readerیاپروف خواں''

تصحیح کی غرض سے اصل مسودے کی نقل پڑھ کر درست کرنے والا فرد پروف خواں یا پروف ریڈر Proof Reader کہلاتا ہے۔ پروف پڑھنے کا عمل ''پروف خوانی'' یا پروف ریڈنگ Proof Reading کہلاتا ہے۔

پروف ریڈر کے لیے اردو میں ''مصحح'' کا لفظ بھی استعمال ہوتا ہے جس کے معنی ہیں ''صحیح کرنے والا۔''

اسٹیریو Stereo

جو چھوٹے اخبارات صرف دو صفحات یا چار صفحات بلکہ آٹھ صفحات پر نکلتے ہیں وہ ''ٹریڈل''Treadle یا ''سلنڈر''Cylinder پریس پر براہ راست طباعتی ٹائپ سے طبع کر لیے جاتے ہیں۔

قدرے بڑے اخبارات جو بارہ یا سولہ یا اس سے بھی زائد صفحات پر نکلتے ہیں اور جن کی تعداد اشاعت ہزاروں میں ہے وہ بڑی چھپائی کی مشینوں پر طبع ہوتے ہیں جنہیں ''روٹری''Rotary مشین کہا جاتا ہے۔

روٹری پریس پر طباعت کے لیے پلیٹ ''نیم دائرہ'' Semi Circular یعنی نصف مدور کی شکل میں ہونی ضروری ہے۔ کمپوز شدہ ٹائپ اور تصاویر کے صفحات کا عکس پہلے ''فائبر میاٹرس Fibre Matrix پر اتارا جاتا ہے اور اس عکس کی مدد سے کاسٹنگ مشین Casting Machine میں صفحہ اک ''اسٹیریو Stereo یا ''دھاتی چربہ'' ڈھالا جاتا ہے۔

روٹری پریسوں میں چھپائی کے لیے اسٹیر یوسلنڈر Stereo Cylinder ہی سے کام نکالا جا سکتا ہے۔ چونکہ روٹری مشینوں میں اخباری کاغذ رولس Rolls میں استعمال ہوتا ہے اس لیے اسٹیر یو کا نیم دائرہ کی شکل میں ہونا ضروری ہے۔

اسٹک Stick

پیتل، فولاد، المونیم یا اسٹین لیس اسٹیل Stainless Steel میں بنا ہوا ایک سادہ سا آلہ جو بائیں ہاتھ میں رکھ کر ٹائپ جمانے والے یعنی کمپوزیٹر Compositor منقولہ ٹائپ حروف جمانے کے لیے استعمال کرتے ہیں۔ ایک لیور Lever کے ذریعہ اس مختصر آلہ میں کالم کی چوڑائی کے مطابق جگہ فٹ کی جاتی ہے۔ جگہ کی پیائش کے لیے ایم EM کا حساب ہوتا ہے یعنی 24 ایم 36 ایم، 72 ایم۔ اسٹک چھوٹی بڑی مختلف سائزوں کی ہوتی ہے۔ معمولی چھاپہ خانوں میں جہاں صرف دعوت نامے، لیٹر ہیڈ، بل بک دستی اشتہار وغیرہ طبع ہوتے ہیں چھوٹی اسٹک سے کام چل جاتا ہے۔ اسٹک کی لمبائی کم وبیش ہوتی ہے مگر چوڑائی اندازاً اتنی ہوتی ہے کہ ایک اوسط انسان کی ہتھیلی میں آسانی سے سما جائے۔ اسٹک کی دیوار کا قد عام پرنٹنگ ٹائپ کے قد سے تھوڑا کم ہوتا ہے۔ جب اسٹک میں ٹائپ کی سطریں بھر جاتی ہیں تو کمپوز شدہ سطریں فوراً گیلی Gelley۔ میں رکھ دی جاتی ہیں۔ عموماً دو انچ چوڑا مواد Stickful کہلاتا ہے۔

اسٹون Stone یا ''سل''

ہر چھاپہ خانہ میں جہاں ٹائپ کے ذریعہ طباعت ہوتی ہے ایک میز ہوتی ہے جس کا سرا پتھر کا یا فولاد کا بالکل صاف ستھرا ہوتا ہے۔ اس فولادی یا سنگین ''سل'' یا

میز پر ''چیز'' Chase (موٹی چوکور سلاخ کا خانہ) رکھ کر کمپوز شدہ ٹائپ کو مضبوط یا Lock-Up کیا جاتا ہے۔ اس میز کی سطح مکمل ہموار ہونی ضروری ہے۔ چونکہ کمپوز شدہ ٹائپ بھی کافی وزنی ہوتے ہیں اس میز کا پائدار اور قوی ہونا ضروری ہے تاکہ وہ وزن کی تاب لا سکے۔ اخبار کے شعبہ طباعت میں معیاری اخبار کے سائز کے صفحات ترتیب دینے کے لیے اخباری سائز سے بھی ذرا بڑے سائز کا ''اسٹون'' موجود رہتا ہے۔ ٹائپ سے طبع ہونے والے اخبار کے صفحات کی تکنیکی ترتیب کا کام یعنی میک اپ Make up ہمیشہ ''میز'' یعنی اسٹون پر ہوتا ہے۔

Fudge فڈج

روٹری پریس میں استعمال ہونے والا ایک چھوٹا سا چوکور کانہ دار آلہ جس کی چوڑائی اندازاً ایک کالم کی ہوتی ہے۔ ''اسٹاپ'' پریس'' Stop Press کی خبر چھاپنے کے لیے اس ''فڈج'' میں عجلت میں کمپوز شدہ ٹھونس کر روٹری مشین میں لگا دیتے ہیں جس کی مدد سے آخری لمحات میں آئی ہوئی اہم ترین خبر طبع ہو جاتی ہے۔ اسے ''جگر'' Jigger بھی کہتے ہیں۔ اس کا طریقہ کار عموماً ''ٹائپ ہائی نمبرنگ مشین Type. High Numbering Machine کی طرح ہوتا ہے جس کے ذریعہ پرنٹنگ پریس میں طباعت کے ساتھ ہی نمبر طبع ہو جاتے ہیں۔

کالم رول Column Rule یا ''کالم لکیر''

وہ لکیر یا خط یا لائن جو ایک کالم سے دوسرے کالم کو الگ کرنے کے لیے کھینچی جاتی ہے۔ ٹائپ کے ذریعہ طبع ہونے والے اخبارات میں یہ لکیر ''سیسہ'' یعنی لیڈ Lead نامی دھات سے بنائی ہوئی پٹی سے ڈالی جاتی ہے جسے طباعتی اصطلاح میں

لیڈ رول Lead Rule کہتے ہیں۔ کتابت میں ایسی لکیر کاتب احباب رولر یا انچ پٹی یعنی اسکیل Scale کی مدد سے ڈال دیتے ہیں۔

فولیو Folio یا ''صفحہ نمبر''

اخبار کے مختلف صفحات پر جو ''صفحہ نمبر'' دیا جاتا ہے اسے تکنیکی اصطلاح میں ''فولیو'' کہتے ہیں۔ پورے صفحہ کو عموماً ''فولیو'' کہا جاتا ہے۔ ایک چوتھائی صفحہ کو ''کوارٹر Quarto اور ایک آٹھویں صفحہ کو ''آ ک ٹے او Octavo کہتے ہیں۔

برسوں سے کاغذ اور صفحات کے لیے قدیم سائز اور نام استعمال ہوتے رہے ہیں مثلاً

ڈیمائی	Demy	22"x18"
ڈبل کراؤن	Double Crown	29"x22"
کواڈ ڈیمی	Quad Demy	44"x36"
رائل	Royal	26"x20"
ڈبل ڈیمی	Double Demy	36"x22"
فل اسکیپ	FoolScap	13"x8"

اب چونکہ دنیا کے بیشتر ممالک میں اعشاری نظام رائج ہوگیا ہے بین الاقوامی طور پر صفحات کے لیے نئے مقبول سائز بنائے جارہے ہیں جو ''انٹرنیشنل اے سائز A International Sizes کہلاتے ہیں۔

چوڑائی	x	لمبائی	سائز کا نام
594mm	x	841mm	A I
420mm	x	594mm	A 2

A 3	420mm	x	297mm
A 4	297mm	x	210mm
A 5	210mm	x	148mm

mm سے مراد ''ملی میٹر'' Milimetre ہے۔

مانیٹرنگ Monitoring

ریڈیو کی خبریں سننا ٹیلی ویژن کی خبریں دیکھنا اور سننا تا کہ اس سے استفادہ کر کے اپنے اخبار کے لیے کچھ مواد مہیا کیا جائے۔

تقریبا ہر ملک کے اہم ریڈیو اسٹیشن میں طاقتور ریڈیو سیٹ کے ذریعہ پڑوسی یا دیگر اہم ترین ممالک کے ریڈیو اسٹیشن سے نشر ہونے والی خبریں سنی اور ٹیپ کی جاتی ہیں تا کہ ضروری خبر ہو تو اسے اپنے ریڈیو اسٹیشن سے متعلقہ ریڈیو اسٹیشن کے حوالہ سے نشر کر دیا جائے۔ اس عمل کو مانیٹر نگ کہتے ہیں۔

اہم خبر رساں ایجنسیوں کے دفاتر بھی مختلف بین الاقوامی اہمیت والے ریڈیو اسٹیشنوں کی خبروں کی ''مانیٹر نگ کی جاتی ہے۔

مونوٹائپ Monotype

منقولہ ٹائپ کمپوز کرنے کی مشین ''مونوٹائپ'' کہلاتی ہے اس میں ہر حرف اور ہر عدد علاحدہ ڈھلتا ہے جبکہ لائنوٹائپ میں پوری لائن دھات میں ڈھلتی ہے۔ جس مواد میں جدول فہرستیں اعداد، وغیرہ زیادہ ہوتے ہیں کمپوزنگ مونوٹائپ مشین کے ذریعہ کرلی جاتی ہے۔ کتابوں اور رسالوں کے لیے مونوٹائپ کو زیادہ ترجیح دی جاتی ہے۔ لائنوٹائپ ایک ہی مشین کی بورڈ Keyboard کہلاتی ہے اور دوسری کاسٹر

Caster ۔کوئی حرف اعداد یا اعراب غلط کمپوز ہو گیا ہے تو صرف وہی ایک غلط ٹائپ ہٹا کر وہاں صحیح ٹائپ بٹھا دیا جاتا ہے۔ بازار کے ٹائپ فاؤنڈریوں میں بھی مونو ٹائپ مشینوں سے ٹائپ ڈھالے جاتے ہیں۔ اس کے موجد کے نام البرٹ لانسٹن Tolbert Lanston ہے۔

اردو صحافت کے خصوصی اصطلاحات

چربہ

اردو اخبارات میں جہاں لیتھوگرافی طریقہ طباعت رائج ہے۔ لفظ چربہ عام طور سے مستعمل ہے۔ اس کا لفظی معنی ہے:

خاکہ، کاغذ یا پوست آہو کو چرب کر کے کسی نقش یا تصویر پر رکھ کر ہو بہو نقل اتارنا۔ انگریزی میں اسے عموما ''ٹرانسفر'' Transfer کہا جاتا ہے۔

چرس

چھپائی کے کاغذ دو طریقوں سے پیک Pack ہوتے ہیں۔ ایک طریقہ ریم Ream کا ہے۔ دوسرا رول Roll کا ہے۔ بڑے اخبارات میں نیوز پرنٹ کے رول خریدے جاتے ہیں۔ چھوٹے اخبارات ''ریم'' سے کام چلاتے ہیں۔ جس میں عموما 500 ورق ہوتے ہیں اور ریم وزن میں درج ہوتا ہے۔ باوجود تمام احتیاط کے ریم کے اوپری اور آخری تہ کے اوراق ''مڑے'' ہوئے نکلتے ہیں۔ اس عیب کو ''چرس'' کہتے ہیں۔ چرس کاغذ ریم سے الگ کر لیے جاتے ہیں کیونکہ وہ مشین میں ڈالے جائیں تو پھنس کر رہ جائیں گے اور ان کی وجہ سے کبھی کبھی مشین بھی رک جاتی ہے جس سے وقت ضائع ہوتا ہے۔

خط غبار

نستعلیق تحریر کا ایک انداز جسمیں جلی حروف کے درمیان باریک باریک نقطے لگائے جاتے ہیں نمونہ درج ذیل ہے:۔

ناز

خط کشیدہ

وہ الفاظ جن کے اوپر یا نیچے لکیر کھینچ دی گئی ہو مثلاً دیوان ظفر، نیویارک ٹائمز

خط ریحان

نستعلیق تحریر کا ایک طریقہ جس میں حروف جلی ہوتے ہیں اور ان کے بیچ میں پھول پتی بنائے جاتے ہیں۔ خط ریحان کو ''خط گلزار'' بھی کہتے ہیں۔ نمونہ درج ذیل ہے

امین وطن

خط منحنی

ٹیڑھی لکیر

داب

داب کا معنی ہے ''چھاپ کا نشان، کل یا مشین سے ایک بار نکلنا۔ انگریزی میں اسے ''امپریشن Impression بھی کہتے ہیں۔ کسی مواد کے ایک ہزار نسخے درکار ہوں اور وہ ٹائپ کا مواد پریس سے ایک ہزار بار چھپ کر نکلے تو اسے ایک ہزار Impressions کہتے ہیں۔ اردو پریسوں میں ایک ہزار بار کی چھپائی ایک ہزار

داب کہی جاتی ہے۔

ڈالا

انگریزی زبان میں اسے بیڈ Bed کہتے ہیں۔ یہ لیتھو مشین کا وہ حصہ ہے جہاں چھپائی کا پتھر یا پلیٹ رکھا جاتا ہے۔ جن مشینوں میں ٹائپ سے طباعت ہوتی ہے وہاں ''چیز'' Chase رکھا جاتا ہے۔ لیتھو پریس میں جہاں زنک پلیٹ سے چھپائی کا اہتمام ہے ایک آہنی سل Bed Plate ڈالے میں لگائی جاتی ہے۔ زنک پلیٹ کو کس دیا جاتا ہے۔ روٹری مشینوں میں Bed یا ڈالا نہیں ہوتا کیونکہ وہاں نیم دائرے کی شکل والے ''اسٹیریو'' فٹ کیے جاتے ہیں۔

رولے

انگریزی میں طباعت کے بیلن ''رولز'' Rollers کہلاتے ہیں مگر اردو اخبارات میں رولر کو ''رولے'' کہتے ہیں۔ لیتھو مشین میں پانی کا بھی ایک ''رولا'' ہوا کرتا ہے۔ کسی بھی طباعت کی مشین میں رولرس کے بغیر کام نہیں چلتا۔ یہ رولرس کئی طرح کے ہوتے ہیں۔ عام چھاپہ خانوں میں کمبل اور سخت کپڑے لپیٹ کر سریش وغیرہ پر مشتمل ''رولر کامپوزیشن Roller Composition چڑھایا جاتا ہے۔ بہتر چھاپہ خانوں میں تمام رولوں پر ربر چڑھایا جاتا ہے جس کے لیے ربر رولرس تیار کرنے والے کارخانوں سے ربط پیدا کیا جاتا ہے۔ چھپائی کا دارومدار رولرس کی درستگی اور عمدگی پر ہوتا ہے۔ جس قدر رولرس کی سطح ہموار ہوگی اتنی ہی نفاست طباعت میں آتی ہے۔ ربر کے رولوں سے چھپائی بہتر ہوتی ہے حالانکہ نسبتاً عام رولوں کے وہ گراں ہوتے ہیں۔

سل

انگریزی زبان میں اسے انک پلیٹ Ink Plate کہا جاتا ہے۔ یہ ایک آہنی موٹی چادر سی پلیٹ ہے جس پر طباعتی سیاہی Printing Ink پھیلائی جاتی ہے۔ اس سل پر رولے یعنی رولرس چل کر طباعت کی سیاہی کو پھیلاتے رہتے ہیں تاکہ ٹائپ کی ابھری سطح پر یا زنک پلیٹ کے ہر حصے پر سیاہی مسلسل اور درست طریقہ پر لگتی رہے۔

سنگ ساز

لیتھو کے پتھر پر کاپی چڑھا دینے کے بعد بھی اس پر ضروری توجہ دینی ہوتی ہے جہاں میل ہوتا ہے اسے صاف کرنا ہوتا ہے۔ جہاں حروف اڑ گئے ہیں انہیں درست کرنا ہوتا ہے۔ جہاں عکس گہرا آنا ضروری ہے وہاں کتابت کی روشنائی بھرنی ہوتی ہے۔ سنگ ساز اپنے تجربہ کی بنیاد پر لیتھو کا پتھر یا زنک پلیٹ آخری طباعتی مرحلہ کے لیے تیار کرتا ہے۔ ایسے ماہر فرد کو لیتھو پریس میں ''سنگ ساز'' کہا جاتا ہے۔ ٹائپ کی چھپائی والے پریس میں اس طرح آخری تصحیح کرنے والے اور پروف کی غلطیوں کی صحت کی تصدیق کرنیوالے کو ''کریکٹر Corrector'' کہتے ہیں۔ اس قسم کی کاروائی چھپائی شروع کرنے سے پہلے آفسیٹ پریس میں بھی ہوتی ہے جس میں دیکھا جاتا ہے کہ سب چیزیں برابر مرتب ہوتی ہیں یا نہیں۔

کاپی کاغذ

لیتھوگرافی میں کاپی کے کاغذ کی بڑی اہمیت ہے۔ کتابت کی کاپی لکھنے کے لیے اسی کاغذ کا استعمال ضروری ہے۔ اس خصوصی کاغذ کی تیاری میں اراروٹ، پانی،

ایزن گلاس اورعصارہ ریوند استعمال ہوتے ہیں۔سادہ کاغذ پر جو مصالحہ لگایا جاتا ہے وہ ماوا کہلاتا ہے جس کی وجہ سے کاپی کی روشنائی کاغذ سے علاحدہ رہتی ہے۔اس کونمی دے کر جب لیتھو پر داب دی جاتی ہےتو روشنائی پتھر پر منتقل ہو جاتی ہے۔اور کاغذ سادہ رہ جاتا ہے اگر ماوا ٹھیک سے نہ لگا ہےتو پتھر پر کاپی پھیلی آجائے گی۔کاپی کے کاغذ پر ایسا ماوا نہ لگے جو کاپی کی روشنائی کی چکنائی کو جذب کرلے۔بلکہ اس میں روشنائی کو اصلی حالت میں محفوظ رکھنے کی قوت ہو اور بھیگتے وقت وہ بہت جلد نرم پڑ سکے۔کاغذوں پر ماوا کا مناسب مقدار میں بہت ہموار طریقہ پر لگنا بے حد اہم ہے۔

ایک اور طریقہ سے کاپی کا کاغذ بنانے کے نسخے میں جلاٹین،فلیک وہائٹ پانی ریوند استعمال ہوتے ہیں۔

کاپی کی روشنائی

اسے ''کتابت کی سیاہی'' لیتھو رائٹنگ انک (Litho Writing Ink) بھی کہتے ہیں۔لیتھو کی کاپی اسی روشنائی سے لکھی جاتی ہے۔یہ روشنائی گرم پانی میں گھول کر استعمال کی جاتی ہے۔کانپور میں بنی ہوئی روشنائی زیادہ بہتر سمجھی جاتی ہے۔

اس میں مندرجہ ذیل اشیاء ہوتی ہیں:۔

زرد صابن 4 حصہ،بکری کی عمدہ تازی چربی 4 حصہ۔چپڑا لاکھ عمدہ صاف شدہ 4 حصہ،خالص موم زرد رنگ کا 8 حصہ،کڑوے تیل کا بہترین کاجل 1/8 حصہ۔

صابن اور کاجل کے علاوہ بقیہ اشیاء لوہے کی کیتلی میں ڈال کر آنچ پر رکھ دی جاتی ہے اور اسے دھواں اٹھنے تک کوب گرم کیا جاتا ہے۔پھر جلتی ہوئی لکڑی سے اسے پکے ہوئے مصالحہ میں آگ لگا کر اس وقت تک جلنے دیا جاتا ہے جب تک وہ

نصف مقدار تک آ جائے۔ پھر صابن اور کاجل ملا کر کیتلی کے اوپر کوئی ایسی چیز ڈھک دی جاتی ہے کہ آگ جانا بند ہو جائے۔ آگ ٹھنڈی ہونے پر خوب پگھلے ہوئے مصالحہ کو گرم حالت میں کسی مینی یا سانچہ میں پھیلا دیا جاتا ہے تاکہ وہ جم جائے۔ ٹھنڈا ہونے پر ٹکیاں کاٹ لی جاتی ہیں۔

کاتب

کتابت کرنے والے کو کاتب یا خوش نویس کہا جاتا ہے۔ معمولی طریقہ پر مواد کی تحریر کو لکھائی کہتے ہیں۔ اچھی تحریر ''کتابت'' کہلاتی ہے۔ ذرا بہتر ''کتابت ''خوش نویسی'' کا درجہ پاتی ہے۔ کافی عمدہ کتابت کرنے والے اپنے آپ کو ''خطاط'' کہلانا پسند کرتے ہیں۔ انگریزی میں کاتب کو ''کیلی گرافسٹ'' Calligraphist کہتے ہیں اور خوشنویسی کا فن یعنی خطاطی ''کیلی گرافی Calligraphy کہلاتی ہے۔ کتابت ایک باقاعدہ فن ہے۔ اس کے تسلیم شدہ قوانین اور ضوابط ہیں۔ کتابت میں مہارت زیادہ سے زیادہ مشق سے آتی ہے۔ اور کتابت میں پیائش کے لیے ''لفظوں'' کا رواج ہے یعنی کسی حرف کو کتنے لفظوں میں لکھا جائے۔ فن خوشنویسی کی عمدہ کتابیں بھی ملتی ہیں جس میں اس فن کی باریکیوں پر کافی روشنی ملتی ہے۔ طریقہ طباعت جو بھی ہو اردو صحافت کے لیے '' کاتب ناگزیر ہے۔ اردو صحافت کے لیے کاتب ''ریڑھ کی ہڈی'' سمجھا جاتا ہے۔

مغلیہ دور حکومت میں فن خوش نویسی کو کافی فروغ حاصل ہوا۔ مگر آج کل ہندوستان میں کاتبوں کی قلت ہر جگہ محسوس کی جارہی ہے۔ ہندوستان کی مختلف اردو اکاڈمیوں کے کاتبوں کی تربیت کے لیے کتابت کے ٹریننگ سینٹر کھولے ہیں۔ ترقی اردو بورڈ نے بھی کتابت کے تربیتی مراکز کی کافی حوصلہ افزائی کی ہے۔ کلکتہ حیدر

آباد اور بنگلور جیسے مقامات پر کتابت کے تربیتی مراکز کافی مقبول ہوتے جا رہے ہیں۔ تعلیم یافتہ لڑکیاں بھی کتابت کے فن سے دلچسپی لے رہی ہیں۔ تجربہ شاہد ہے کہ لڑکیاں جلد سیکھ جاتی ہیں اور لڑکوں سے بہتر طریقہ پر کتابت کرسکتی ہیں۔ کرسی، کشش، دائرے نقطے وغیرہ کتابت کے اصطلاحات ہیں۔

کاغذی

اسے انگریزی میں ''پیپر مین'' Paper Man کہتے ہیں۔ بعض طباعت خانوں میں اسے فیڈر Feeder بھی کہا جاتا ہے۔ یہ پرنٹنگ مشین پر کام کرنیوالا وہ فرد ہے جو ایک ایک ورق Sheet اٹھا کر مشین میں دیتا ہے۔ اسی مناسبت سے کاغذ فراہم کرنے والے رکن کو ''کاغذی'' کا نام بخش دیا گیا ہے۔ قیمتی خودکار مشینوں میں کاغذ خود لینے کا اہتمام ہے۔ جسے آٹومیٹک فیڈر Automatic Feeder کہتے ہیں۔ اس خودکار طریقہ کے باوجود ہر چھاپہ خانہ میں ایک ''کاغذی'' متعین رہتا ہے تاکہ وہ کاغذ کے اوراق ٹھیک سے جوڑتا رہتا ہے اور یہ مشاہدہ کرتا رہے کہ خودکار مشین میں ''فیڈر'' لگاتار کام کررہا ہے یا نہیں۔

لیتھوگرافی

لیتھوگرافی دو لفظوں سے بنا ہے: لیتھوس Lithos اور گرافی Graphy لیتھس کا معنی ہے۔ ''پتھر'' اور گرافی کا معنی ہے ''چھاپنا'' یعنی پتھر پر چھاپنا۔'' اس طریقہ طباعت کے موجد کا نام الائس سینی فیلڈر Aloys Senefeelder ہے یہ بوہیما Bohemia کا رہنے والا تھا۔ لیتھوگرافی کی ایجاد 1796ء میں ہوئی تھی۔ 1836ء میں موجد کا انتقال ہوا۔ لیتھو میں استعمال ہونے والے پتھر میں 97 فیصدی

’’کاربونائٹ آف لائم Carbonate of Lime ہوتا ہے جسے ’’کاربونائٹ آف کیلشیئم Carbonate of Calcium بھی کہا جاتا ہے۔لوہا ،میننگنیز اور المونیم باقی اجزا ہوتے ہیں۔ یہ ایک معدنی پتھر ہے جو بوریا Baveria میں کثرت سے پایا جاتا ہے۔جرمنی ،فرانس ،اٹلی وغیرہ ممالک میں اس پتھر کی کانیں موجود ہیں۔

اگر لیتھوگرافی طریقہ ایجاد نہ ہوتا تو آج آفسیٹ Offset کی طباعت کا وجود بھی نہ ہوتا ۔آج کل دنیا کے بڑے بڑے اخبارات ویب آفسیٹ Web Offset طریقہ طباعت اپنانے لگے ہیں۔آفسیٹ کی سادہ اور رنگین نفیس طباعت کی دنیا میں کئی خوشگوار تبدیلیاں رونما ہورہی ہیں۔آفسیٹ کا مستقبل صحیح معنوں میں درخشاں ہے۔

مترجم

کسی ایک زبان میں دوسری زبان میں مفہوم ادا کرنے والے کو مترجم کہتے ہیں ۔انگریزی میں مترجم کو ٹرانسلیٹر Translator کہا جاتا ہے ۔ہندوستان میں انگریزی اور ہندی صرف دو زبانوں میں ٹیلی پرنٹر کی سہولت ہے۔ انگریزی اور ہندی کے علاوہ بقیہ جتنی بھی ہندوستانی زبانوں میں روزانہ اخبارات نکلتے ہیں ان میں سب ایڈیٹر کو زیادہ سے زیادہ ترجمہ کا کام کرنا پڑتا ہے۔مستقبل قریب میں ہندوستان میں اردو ٹیلی پرنٹر کے رواج کی کوئی امید نہیں ہے ۔نائب مدیر سب ایڈیٹر احباب کو سب ایڈیٹنگ Sub Editing اور ٹرانسلیشن Translation دونوں ذمہ داریوں سے فرار ممکن نہیں ہے ۔مترجم کا دونوں زبانوں پر قادر ہونا ضروری ہے۔رسائی فکر کی وسعت سے بھی اسے زیادہ مدد ملے گی

۔تخیل کی بلند پروازی اور جدت آفرینی کی بھی ضرورت ہے ۔تمام فنون کی طرح ترجمے کے فن میں بھی مہارت طبیعت کی مناسبت کے علاوہ مسلسل مشق اور گہرے تجربے سے حاصل ہوتی ہے۔ترجمہ کرنے کے لیے ایک خاص شعور اور ذہانت کی ضرورت ہوتی ہے ۔مترجم کی نظر الفاظ سے زیادہ مفہوم پر ہوتو ترجمہ خوشگوار حد تک کامیاب ہوگا۔

مترجم کے لے اصطلاحات ،مترادفات، لغات کے صحیح استعمال الفاظ کی نشست وبرخاست،تازہ الفاظ کے معنی ومفہوم سے کامل واقفیت لازمی ہے ۔مترجم یہ ضرور دیکھے کہ کسی بھی تحریر میں شروع سے آخر تک جملوں میں ربط اور تسلسل قائم ہے۔جملوں کی ساخت صحیح اور واضح ہو۔کسی بھی ترجمہ میں اصل متن کا حسن اور اس کی روح سلامت رہے تو لطف رہتا ہے۔ضروری نہیں کہ ترجمہ لفظ بہ لفظ ہو۔مفہوم کا صحت اور سلامت سے ادا ہونا بے حد اہم ہے۔ صحیح متبادل الفاظ کا معقول استعمال کسی بھی مترجم کے لیے باعث اطمینان بات ہوگی ۔مترجم کی استعداد، قابلیت اور معلومات میں لگاتار اضافہ ہوتے رہنا بہتر ہے۔درستگی کے ساتھ ساتھ تیز رفتاری ہی، اخباری مترجم کا خاص وقف ہونا چاہیے۔ترجمہ کا فن ایک تخلیقی فن ہے اس میں خلوص اور لگن سے کامرانی نصیب ہوتی ہے۔

مستری

لیتھو کی مشین کی دیکھ بھال کے لیے ایک کام جاننے والے میکانک کی ضرورت ہے جو وقتاً فوقتاً تمام کل پرزوں کی جانچ کرتا رہے اور مشین بگڑنے پر جلد سے جلد پرزوں کی مرمت کر کے مشین طباعتی کاروائی کے لیے تیار کردے۔ایسے ''مشین ساز''یا''ماہر میکانک کو مستری یا Supervisor کہتے ہیں۔

مسطر

مسطر اس کاغذ کی وصلی کو کہتے ہیں جسے سطریں بنانے کے لیے ڈور کھینچ کر تیار کرتے ہیں۔

کتابت کی سہولت کے لیے عموماً کتابت کے ساتھ کاغذ کی پشت پر کالم ادار لائنیں چھاپ لی جاتی ہیں جس سے کاتب کو ہر بار لائن کھینچنے کی ضرورت نہیں ہوتی۔ کتابوں کے لیے حسبِ ضرورت علاحدہ مسطر تیار کر لیے جاتے ہیں۔ مسطر کی وجہ سے کاتبوں کو کالم اور لائن وغیرہ کی شناخت کی بہت سہولت ہو جاتی ہے۔ ہر اخبار اپنے سائز اور اپنی سہولت کے پیش نظر مسطر تیار کروا کر رکھ لیتا ہے۔

نسخ

ایک عربی خط کا نام ہے جسے خواجہ عماد الدین نے ایجاد کیا۔

اردو کا اولین ہفت روزہ اخبار ''جام جہاں نما ہری ہردت کی ادارت میں 1882ء میں کلکتہ سے شائع ہوا جو نسخ ٹائپ میں طبع ہوا تھا۔

''اخبار سائنٹفک سوسائٹی جو سر سید احمد خاں نے نکالا وہ نسخ اردو ٹائپ میں شائع ہوا تھا۔ سر سید احمد خاں نے دسمبر 1870ء میں ''تہذیب الاخلاق'' نکالا جو نسخ ٹائپ میں نفیس سفید کاغذ پر طبع ہوتا تھا۔ اس اخبار کے دو نام تھے: اردو میں ''تہذیب الاخلاق'' اور انگریزی میں ''دی محمڈن سوشیل ریفارمر'' The Mohammedan Social Reformer

مولانا محمد علی جوہر نے اپنے مشہور روزنامہ اخبار ''ہمدرد'' کے لیے بھی نسخ ٹائپ استعمال کیے۔ مولانا ابو الکلام آزاد نے اپنا عالمگیر شہرت یافتہ ہفت روزہ اخبار

''الہلال'' نسخ ٹائپ ہی میں شائع کر کے مقبول بنایا۔اس کے لیے نسخ ٹائپ مصر اور ترکی سے منگوائے گئے تھے۔

عموماً نسخ ٹائپ کو پتھر کا چھاپہ کہا جاتا ہے۔مولانا محمد علی جوہر نے کافی خرچ اور اہتمام سے نسخ ٹائپ منگوا رکھے تھے مگر قارئین نے ناپسندیدگی کا اظہار کیا تو کچھ دنوں بعد ہمدرد لیتھو پر چھپنے لگا۔مولانا آزاد کے ''الہلال'' کے بعد کے اخبارات بھی نسخ ہی میں طبع ہوئے۔

نسخ ٹائپ کے فوٹو ٹائپ سیٹر Photo Type Setter آسانی سے دستیاب ہیں کیونکہ بیشتر عرب ممالک میں عربی اخبارات و رسائل اور ایران میں فارسی اخبارات، رسائل اور کتب میں اس کا استعمال عرصے سے ہو رہا ہے۔

ایران میں کتابت کا رواج تقریباً ختم ہو گیا ہے۔اہل ایران طباعت نسخ میں کرتے ہیں مگر مراسلت کے لیے نستعلیق کا استعمال جاری ہے۔پاکستان میں کئی اہم کتابیں نسخ ٹائپ میں شائع ہوئی ہیں۔

نستعلیق کی مقبولیت گھٹانے کی غرض سے ''گجرال فروغ اردو کمیٹی نے اپنی رپورٹ میں یہ سفارش کی ہے کہ ابتدائی مدارس میں تمام درسی کتب نسخ ٹائپ میں طبع کیے جائیں تاکہ بچپن ہی سے اردو پڑھنے والوں کی آنکھیں اور ذہن نسخ ٹائپ سے مانوس ہو جائیں۔

نستعلیق

ایک ایرانی خط ہے جو خط نسخ اور خط تعلیق سے ملا کر نکالا گیا ہے۔اسی خط میں آج کل اردو لکھی جاتی ہے۔

نسخ کے مقابلہ میں نستعلیق خط اردو دانوں کو بہت پسند آتا ہے۔نستعلیق میں

منقولہ ٹائپ پوری کامیابی سے نہیں بنا ہے۔ مونوٹائپ میں اسے ڈھالنے کی کوشش ضرور ہوئی ہے۔

نستعلیق خط اپنی خوشنمائی کے لیے مشہور ہے۔ اس میں حروف کے نوک پلک نمایاں رہتے ہیں۔ اس کی دلکشی کا راز اس کی نشست میں مضمر ہے۔ حیدرآباد میں نستعلیق ٹائپ بنانے کی کئی کوششیں ہوئی تھیں۔ نستعلیق ٹائپ کمپوز کرنے میں کئی دقتیں ہیں۔ بعض اردو الفاظ ایسے ہیں جنہیں نستعلیق ٹائپ میں جوڑنے میں کافی وقت لگ جاتا ہے۔

دائم الحبس، مصحح، رقیق القلب، طپنچہ، حجم، منجم، مستعمل، لئیم الطبع، میغوض، متشابہات متعجب جیسے الفاظ کی کمپوزنگ کافی صبر آزما ہوتی ہے۔ قلمی کتابت میں نستعلیق کافی آرام دہ ہے۔

نوری نستعلیق

آج کل پاکستان کا مشہور اردو روزنامہ "جنگ" اپنے چند صفحات کے لیے ٹائپ کی فوٹو ٹائپ سیٹنگ Photo Typesetting کے لیے کمپیوٹر مشین کا استعمال کر رہا ہے۔ اسے لندن کی ایک مشہور فرم "مونوٹائپ کارپوریشن" نے تیار کیا ہے۔ اس طریقہ کار میں نستعلیق حروف آسانی سے استعمال ہو رہے ہیں۔ پاکستان کرنسی میں اس کی ڈیوٹی فری قیمت کم و بیش ساٹھ لاکھ روپیے بتائی گئی ہے۔ اس طرح نستعلیق کمپیوٹر کافی مہنگا سمجھا جاتا ہے۔

یہاں یہ یاد رکھنا ضروری ہے کہ نستعلیق کے مقابلہ میں نسخ کے ارزاں ٹائپ سیٹر Typesetter کمپیوٹر دستیاب ہے۔ ان میں مختلف زبانوں کے "چپس" Chips ڈال کر متعدد زبانوں کی فوٹو ٹائپ سیٹنگ کا کام بڑی آسانی سے نکالا جا سکتا ہے۔

عرب خلیجی ممالک، مشرق وسطیٰ کے کئی عرب ممالک اور ایران میں ایسے واجبی نرخ کے کمپیوٹر زیادہ تعداد میں مستعمل ہیں۔ ہندوستانی سکوں میں ان کی قیمت ڈھائی لاکھ سے تین لاکھ روپیوں تک بتائی گئی ہے۔

اہم جدید اصطلاحات

بائنڈر لائن Binder Line

اندرونی صفحات پر دی جانے والی وہ سرخی جو کئی چھوٹی چھوٹی خبروں کو یکجا کرکے اوپر دی جاتی ہے۔ مثلاً ''جرائم کی خبریں'' ''پارلیمنٹ کی خبریں'' وغیرہ۔ ایسی سرخی جو زنجیر کی کڑیاں ملاتی ہے۔ وہ ''بائنڈر لائن'' کہلاتی ہے۔

بلواپ Blow Up

چھوٹی سی تصویر کے نیگیٹیو Negative کی مدد سے بہت بڑے سائز کی ''پازیٹیو Positive'' تصویر بنانا۔ عموماً ایسی تصویریں ڈیمائی، Demy سائز کے پوسٹر جیسی بڑی ہوتی ہے اور رسائل کے وسط میں دو صفحوں پر پھیلی ہوئی ہوتی ہیں۔

آج کل فلمی رسالے محبوب فلمی ستاروں کی ''بلواپ تصاویر اہتمام سے شائع کر رہے ہیں تاکہ پرستاروں کو فریم کرنے یا اپنے کمروں میں نمایاں طور پر لٹکانے کی سہولت رہے۔

بریفنگس Briefings

جب کسی خاص معاملہ میں اخباری نمائندے ضرورت سے زیادہ دلچسپی لے رہے ہوں یا کوئی معاملہ عوامی دلچسپی کا نشانہ بن گیا ہو تو متعلقہ وزارت کے دفتر یا سفارت خانہ کے محکمہ پریس یا کسی اعلیٰ افسر کی جانب سے اخبار نویسوں کو دعوت دی جاتی ہے کہ وہ متعلقہ شعبہ کے سربراہ یا رابطہ عامہ افسر پریس سکریٹری سے مل کر مزید معلومات حاصل کریں یا مطلوبہ پس منظر کی تفصیلات لے جائیں۔ ایسی اخباری

نشستوں کو جو عموماً غیر رسمی ہوتی ہیں پریس بریفنگس Press Briefings کہا جاتا ہے۔

گریور Gravure

ابھری ہوئی سطح کی مدد سے طباعت کا ایک جدید طریقہ جسے گریور Gravure یا روٹوگریور Rotogravure کہتے ہیں۔

ہاؤس جرنل House Journal

آج کل بہت بڑی کمپنیوں کی جانب سے وہاں کے ملازمین اور افسروں کے لیے خصوصی جریدے شائع کیے جاتے ہیں جن میں متعلقہ کارخانہ کمپنی یا کارپوریشن کی کارگذاریوں کے بارے میں ضروری خبریں، رائیں اور تصاویر شائع ہوتی ہیں۔ ایسے رسالے عموماً اندرونی Internal اشاعت کے لیے مخصوص ہوتے ہیں۔ انہیں ایمپلائی پبلیکیشن Employee Publication بھی کہا جاتا ہے مگر ہاؤس جرنل House Journal بھی کہا جاتا ہے مگر ہاؤس جرنل House Journal کافی پسندیدہ نام ہے۔

بعض کمپنیاں بیرونی قارئین کے لیے بھی ایسے معلوماتی رسالے شائع کرتی ہیں جنہیں ایکسٹرنل پبلیکیشن External Publication کہا جاتا ہے۔

ٹیاگ لائن Tag Line

جس کسی مسودہ میں کسی خاص سطر کو زیادہ اہمیت دی جانی ضروری ہے اس کی نشان دہی کر دی جاتی ہے۔ ایسی ہدایت پر عمل کرتے ہوئے نشان زدہ سطر جلی قلم یا اٹالک ٹائپ Italic Type یا بولڈ فیس Bold Face میں دی جاتی ہے تا کہ

قارئین اس لفظ یا سطر کی اہمیت پر خصوصی توجہ دیں۔ وہ سطر جو بے حد اہم قرار دی جاتی ہے ٹیگ لائن Tag Line کہلاتی ہے۔

Widow وڈو

جس پیراگراف میں آخری لائن میں صرف ایک لفظ طبع ہوتا ہے وہ بیوہ یا وڈو Widow کہلاتا ہے۔

Zoom Lense زوم لینس

جدید کیمروں میں استعمال کے لیے بنایا گیا ایسا شیشہ یا لینس Lense جس کی ماسکہ لمبائی یعنی فوکل لینگتھ Focul Length حسب خواہش تبدیل کر لی جا سکتی ہے۔

Basterd Type باسٹارڈ ٹائپ

طباعت کے ٹائپ کا روائتی سائز پر بنا ہونا ضروری ہے۔ جب تک ٹائپ کا سائز بالکل درست نہ ہو کمپوزنگ سیدھی اور کامل نہ ہوگی۔ بعض ٹائپ فاونڈری والے یعنی ٹائپ بنانے والے کاہلی، غفلت یا بے توجہی سے ٹائپ کا سائز ٹھیک نہیں رکھتے۔ پائنٹ کا حساب غلط سلط ہو کر طباعت میں اطمینان نہیں ہوتا۔ ایسے غلط سائز کے بے ڈھنگے ٹائپ کو غیض وغضب میں حرامی ٹائپ یعنی Bastard ٹائپ پکارا جاتا ہے۔

Blind Interview بلائنڈ انٹرویو

ایک ایسی اخباری ملاقات یا انٹرویو جس میں شخصیت یا فرد کی واضح شناخت نہیں کی جاتی۔ کچھ اس قسم کے فقرے استعمال کیے جاتے ہیں کہ:

''ایک مستند ترجمان کا کہنا ہے کہ۔۔۔۔۔۔۔۔۔'' یہ متعلقہ محکمہ کے ایک افسر اعلیٰ نے جنہوں نے اپنا نام ظاہر کرنا نہیں چاہا ہمیں یہ اشارہ دیا کہ۔۔۔۔۔۔''۔ ایک ایسا ذریعہ جس سے ہمیشہ معتبر اور مکمل خبریں ملتی رہی ہیں اس معاملہ میں یہ رائے دے رہا ہے کہ۔۔۔۔۔۔''۔ یعنی انٹرویو میں بیان دینے والے کا نام مصلحتاً Blind Interview کہتے ہے ں۔ بعض دفاتر میں ایسے انٹرویو ''لیمپ پوسٹ انٹرویو Lamp Post Interview'' بھی کہلاتے ہیں

بل پپ Bull Pup

اتوار کو شائع ہونے والے اخبار کے پہلے ایڈیشن کا عرفیہ نام بل پپ Bull Pup مشہور ہوگیا ہے۔

چیز کیک Chesecake

کچھ عامیانہ ذوق کے اخبار و رسائل یا سنسنی خیز اخبارات اپنے صفحات پر ایسی جنسی کشش کی تصویریں شائع کرتے ہیں جس میں نوجوان عورتوں کے جسمانی اعضاء کی قدرے بے باکانہ نمائش ہوتی ہے۔ ایسی جاذب نظر نیم برہنہ نسوانی تصاویر جو شہوانی خواہش بڑھاتی ہیں اخباری اصطلاح میں پنیری کیک یا چیز کیک Chesecake کہلاتی ہے۔

سرکس میک اپ Circus Make up

اخبار کے صفحات کی ایک ایسی غیر سنجیدہ ترتیب جس میں سرخیاں اڑی ترچھی دی گئی ہیں۔ غیر ضروری سائز کی بے ڈھپ سرخیاں یا ضمنی سرخیاں سنسنی خیز طریقہ پر نمایاں کی گئی ہیں۔ جن صفحات پر مواد بھی عام معیاری ترتیب کے اصولوں سے ہٹ

کر کے چھٹے کالموں میں پھیلایا گیا ہے۔ روایاتی ترتیب سے بغاوت کر کے خبطی قسم کے کالموں کی تقسیم سے اخبار کی "بے ڈھنگی"، "وضع قطع" سرکس میک اپ کہلاتی ہے

ڈیول Devil

کسی بھی چھاپہ خانہ میں کام سیکھنے آئے ہوئے نوآموز کو تحقیری طور پر ڈیول Devil کہا جاتا ہے۔

ٹائپ کمپوز کرتے وقت جو غلطیاں ہو جاتی ہیں اور جن کی معقول طریقہ پر تصحیح نہیں ہوتی تو مطبوعہ اخبار یا رسالہ کتاب میں جو غلطی رہ جاتی ہے اسے پرنٹرس ڈے ول Printer's Devil کہا جاتا ہے۔ یعنی غلطی کی ذمہ داری پرنٹنگ پریس میں آئے ہوئے "نوسیکھیا" فرد پر ڈال دی جاتی ہے۔

فنگرنیلس Fingernails

چھاپہ خانہ کی اصطلاح میں قوسین یعنی بریکٹ Bracket یا Parantheses کا عرفی نام انگلیوں کے ناخن Fingernails ہے۔

گریپ وائن Grapevine

وہ سدا بہار مواد و کسی بھی وقت کتابت یا کمپوزنگ کے لیے دیا جا سکتا ہے۔ کچھ چھوٹے موٹے اقوال یا اشعار لطیفے یا معلوماتی مسودے تیار کر کے سرخی سمیت اس نیت سے محفوظ کر لیے جاتے ہیں کہ یہ جب ضرورت پڑے کام میں لائے جائیں، یعنی ایسا مواد جو ہر وقت استعمال کے لیے تیار رہے۔ جب کبھی جگہ بھرتی کرنے کے لیے کوئی خبر مواد یا مضمون یا تبصرہ موجود نہیں ہوتا تو یہ محفوظ مواد فوری طور پر استعمال کر لیا جاتا ہے۔ ایسے مطالعاتی مواد میں وقت کی کوئی قید نہیں ہوتی مثلاً غزلیں، دینی

معلومات ، ایجادات و انکشافات ،معلومات عامہ کے بارے میں مقالے تاریخی واقعہ یا کسی ادارہ کے بارے میں تفصیلات وغیرہ ۔ ایسا ''تیار مواد جسے استعمال کرنے میں کوئی ہچکچاہٹ نہیں ہوتی ۔ ایسا مواد جو آج ہی استعمال کرلیا جائے یا تین ماہ بعد یا چھ ماہ بعد بھی قابل استعمال ہو۔

Green Proofگرین پروف

کسی بھی مسودہ کا پہلا پروف یعنی وہ پروف جو تیار تو ہے مگر جس پر غلطیوں کی نشان دہی نہیں کی گئی ہے یعنی ''غیر تصحیح شدہ'' تازہ پروف ۔

Ludlowلڈلو

اخبار کے طباعت گھر میں ٹائپ کمپوز کرنے والی وہ مشین جس میں عموماً بڑے سائز کے ٹائپ کی لائنیں تیار کی جاتی ہیں ۔ بڑی سرخیاں یا اشتہارات میں نمایاں ہونے والی جلی حروف کی کمپوزنگ کے لیے لڈلو Ludlow کمپوزنگ مشین استعمال ہوتی ہے۔

Pig Ironپگ آئرن

لوہے کا ڈل جو بھٹی سے نکل کر مستطیل شکل میں جم جاتا ہے پگ آئرن کہلاتا ہے ۔مگر اخباری اصطلاح پگ آئرن اس مضمون یا مقاریا اداریہ کو کہتے ہیں جو بے حد سنجیدہ ہوا کرتا ہے ۔کسی بھی ٹھوس یا تحقیقی یا خشک قسم کے نا قابل تحلیل ''سخت'' نوع کے متین اور بردبار مواد کو یہ قدرے کرخت نام بخشا گیا ہے۔

سلیوتھ Sleuth

امریکی بول چال میں Sleuth سراغ رساں کو کہتے ہیں۔اخباری اصطلاح میں تحقیقی نامہ نگاری کے اصولوں پر عمل کر کے عمیق معلومات جمع کرنے والے جاسوس طرز کے نامہ نگار Sleuth یا ''سراغ رساں صحافی'' کہلاتے ہیں۔

ٹومب اسٹون Tombstone

جب ایک ہی سائز اور ایک ہی وضع قطع کی سرخیاں ایک دوسرے کے پہلو میں سجادی جاتی ہیں تو مماثلت کی وجہ سے انہیں Tomstone یعنی ''مقبرہ وضع'' سرخی کہا جاتا ہے۔

حصہ نہم

ضروری صحافتی معلومات

باب 27

خبر رساں ایجنسیاں

خبر رساں ایجنسی یا نیوز ایجنسی ایک ایسا ادارہ ہے جو پیشہ ورانہ سطح پر خبریں جمع کرتا ہے اور اپنے خریدار اخبارات کی خبریں فراہم کرتا ہے۔ آج کل ہر اخبار میں شائع ہونے والی 70 یا 80 فی صد خبریں مستند خبر رساں ایجنسیوں کی معرفت موصول ہوتی ہیں۔ پہلے پہل خطوط کے ذریعہ ایسی ایجنسیاں خبریں روانہ کرتی تھیں۔ بعد میں تاربرقی کا رواج ہوا تو بیشتر خبریں تار سے بھیجی جانے لگیں۔ فی زمانہ ٹیلی پرنٹر سے خبریں فراہم کرنے کا رواج زیادہ مقبول ہے۔ کبھی کبھار خبریں ٹیلیکس اور ٹیلی فون ذریعہ بھی بھیجی جاتی ہیں۔

تقریبا ہر بڑے ملک میں آج کل نیوز ایجنسیاں قائم ہیں۔ بعض کمیونسٹ ممالک میں نیوز ایجنسیاں حکومت کی ملکیت ہیں۔ چونکہ نیوز ایجنسیوں کو بیسیوں، سینکڑوں بلکہ ہزاروں خریدار اور ان کی خریداری کی رقم مل جاتی ہے وہ ارزاں نرخ پر خبریں ج دے سکتی ہیں۔ انفرادی اخبارات کے مقابلہ میں خبر رساں ایجنسی کو بڑے بڑے بلکہ چھوٹے چھوٹے مقامات پر بھی اپنی شاخیں کھول کر انہیں کامیابی سے چلانے کی سہولت رہتی ہے۔

خبر رساں ایجنسیوں کو اہمیت

خبر رساں ایجنسیاں آج کل اخبارات میں استعمال ہونے والی خبروں کا ایک بہت بڑا حصہ فراہم کرتی ہیں مگر جب ان کی خدمات کا آغاز ہوا تھا تو صرف بازار

کے بھاؤ ایک مقام سے دوسرے مقام تک ممکنہ تیز رفتاری سے بھیجے جاتے تھے۔خبر رساں ایجنسیوں کے اولین سر پرست وہی تاجر تھے جو اپنی تجارت کوفروغ دینے کی غرض سے بیرونی منڈیوں کے نرخ حاصل کرنے میں گہری دلچسپی رکھتے تھے۔

فرانس کی ہوس Havasنیوز ایجنسی ایک قدیم ترین خبر رساں ایجنسی مانی جاتی ہے۔یہی ایجنسی کچھ تبدیلی اور غیر معمولی ترقی کے ساتھ"اے ایف پی A.F.P یعنیAgence France Presse کے نام سے آج بھی دنیا بھر میں سرگرم عمل ہے۔

خبر رساں ایجنسیوں میں زیادہ شہرت رائٹر نیوز ایجنسی Reuter کوحاصل ہے۔ ہندوستان میں ایک زمانہ تک ایسوی ایٹڈ پریس آف انڈیا (P.T.I) Associated Press of Indiaنامی ایجنسی کے ذریعہ خبریں فراہم ہوتی تھیں۔اس کے بعد یونائیٹڈ پریس آف انڈیا (U.P.I) (United Press of India)نامی ایک ایجنسی تقسیم ملک تک بہت مصروف تھی۔

انٹر نیشنل نیوز ایجنسی International News Agency پریس بیورو Press Bureauوغیرہ کئی چھوٹی موٹی نیوز ایجنسیاں اس میدان عمل میں مصروف تھیں۔

ریڈیو اسٹیشن اور ٹیلی ویژن مراکز کوبھی خبریں زیادہ سے زیادہ مقدار میں نیوز ایجنسیوں ہی کی وساطت سے فراہم ہوتی ہیں۔کئی بڑے تجارتی ادارے بھی آج کل نیوز ایجنسیوں کی خدمات حاصل کرتے ہیں۔بڑے ہوٹلوں میں ٹیلی پرنٹر لگے ہوتے ہیں جن کے ذریعہ تازہ ترین خبریں مہمان گاہکوں کومہیا کی جاتی ہیں۔نیوز ایجنسی کی جانب سے فراہم ہونے والی خبروں کی اہمیت کے پیش نظر کئی سرکاری دفاتر

میں بھی ٹیلی پرنٹر نصب کیے گئے ہیں۔ ہر ریاست میں وزیر اعلا اور وزیر داخلہ کے دفاتر میں ٹیلی پرنٹر موجود ہیں تاکہ تازہ ترین خبروں سے مسلسل واقفیت ہوتی رہے۔ ہندوستان کی کئی یونیورسٹیوں کے شعبہ جات صحافت میں بھی ٹیلی پرنٹر کے ذریعہ پی ٹی آئی یا یو این آئی کی خبریں حاصل کرنے کا اہتمام کیا گیا ہے۔

خبر رساں ایجنسی کی خبریں عموماً تعصب سے پاک ہوتی ہیں کیونکہ تقریباً تمام اخبارات کو ایک ہی مواد بھیجا جاتا ہے۔ خبر رساں ایجنسی کی جانب سے سرخیاں مہیا نہیں کی جاتیں۔ آج کی دنیا خبروں کی بھوکی اور معلومات کی پیاسی ہے۔ جمہوریت میں روزمرہ کی بدلتی ہوئی باتوں کے علم کے بغیر عام زندگی تشنہ رہ جاتی ہے۔ ہر شہری زیادہ سے زیادہ اطلاعات جاننے کا خواہاں رہتا ہے۔ حاصل کی ہوئی معلومات ہی پر عصری باشندوں کے غور و فکر کا انحصار ہے۔ جو بھی اہم فیصلے جمہوری حکومتوں یا عوامی اداروں میں ہوتے ہیں وہ اکثر و بیشتر معلومات کی بنا پر ہی ہوا کرتے ہیں۔ موجودہ زمانہ میں کسی بھی بات کی وضاحت بہت اہم سمجھی جاتی ہے۔ مستند خبریں جمع کرکے اخبارات وغیرہ کو فراہم کرنے کی ذمہ داری خبر رساں ایجنسیوں نے سنبھال رکھی ہے۔ جبکہ سینڈیکیٹ ادارے ایک خوشگوار حد تک رائیں اور تبصرے مہیا کرنے کے ذمہ دار ہیں۔ یہ دونوں ادارے موجودہ دور میں ابلاغ کے ذرائع کے لیے ناگزیر ثابت ہو چکے ہیں۔ خبر رساں ایجنسیوں کے بغیر روزنامہ اخبار کا تصور ہی مشکل ہے۔

حالانکہ انیسویں صدی کے اوائل ہی سے خبر رساں ایجنسیاں سرگرم عمل ہیں مگر انہیں زیادہ خدمت، ترقی اور مقبولیت کے مواقع ٹیلی گراف کی ایجاد کے بعد ملے بعد میں کئی ایسی تبدیلیاں ہوتی گئیں جس سے خبروں کی ترسیل میں مزید تیز رفتاری

آ گئی جدید ے جدید تر قیاتی آ لات نے آ ج کل خبروں کی ترسیل کو بہت ہی آ سان اور برق رفتار بنا دیا ہے ۔الفاظ ایک جگہ سے دوسری جگہ بھیجنے کے لیے نت نئے طریقوں کے رواج جڑ پکڑتے جارہے ہیں۔خبر رساں ایجنسیوں کی خدمات میں بھی غیر معمولی عمدگی قوت رفتاراور گر ماگرمی آ گئی ہے۔

عالمی خبر رساں ایجنسیوں کی خصوصیات

وولف Wolf اور ہوس Havas دنیا کی قدیم ترین خبر رساں ایجنسیاں تسلیم کی جاتی ہیں۔وولت تو معدوم ہوچکی ہے مگر ''ہوس'' نامی قدیم ترین ادارہ آ ج بھی ایک ترمیم شدہ نام سے زندہ اور سرگرم عمل ہے۔ ایجنسی فرانس پریس Agence France Presse جو اے ، ایف ، پی کے مخفف سے زیادہ مشہور ہے۔ 1835ء میں قائم ہوئی تھی ۔اس کے دو ہزار سے زیادہ نمائندے دنیا بھر میں پھیلے ہوئے ہیں۔اس کی شاخیں 125 ممالک میں پائی جاتی ہیں۔نوے ممالک میں کم و بیش چارسو اہم اخبارات اس ایجنسی سے خبریں حاصل کرتے ہیں۔ایک سوستره ریڈیو اسٹیشن اسکے خریدار ہیں۔ دیگر ممالک کی نوے سے زیادہ قومی خبر رساں ایجنسیوں سے اس کے باہمی تبادلہ کے معاہدے ہیں۔اس طرح دنیا بھر کے ساڑھے بارہ ہزار مزید اخبارات کو''اے ایف پی'' کی خبریں پہنچ جاتی ہیں۔اس ادارے کے خود کے ہزاروں ٹیلی پرنٹر کام کرتے ہیں اور ایجنسی ہی کی جانب سے اہم مقامات پر 12 ہزار کلومیٹر کی سرکٹ 24 گھنٹے کام کرتی ہے۔اے ایف پی کے خصوصی ریڈیو ٹرانسمیٹر ں کے ذریعہ سالانہ 75 ہزار گھنٹوں کی نیوز سروس جاری رہتی ہے۔یہ ادارہ روزانہ فرانسیسی، انگریزی، جرمن اور ہسپانوی زبانوں میں اوسطا پانچ لاکھ الفاظ پر مشتمل خبریں تقسیم کرتا ہے۔اسکے صدر دفتر کا پتہ ہے:

13, Place De La Bourse, Paris

اس کی نئی شاخ کا پتہ ہے:

46 ٹوڈرمل روڈ، نئی دہلی 110001

دنیا بھر میں شہرت اور وقعت حاصل کرنے والی نیوز ایجنسی ''رائٹر'' ہے۔ یہ ادارہ جولائی 1850ء میں کیاسل (جرمنی) کے باشندے پال جولیس رائٹر نے قائم کیا۔ پہلے پہل اس نے خبروں کی ترسیل کے لیے کبوتروں کا بھی استعمال کیا۔ اہم خبریں اور بازار کے نرخ کاغذ پر لکھ کر چھوٹی چھوٹی تھیلیوں میں سی دیے جاتے اور یہ تھیلیاں تربیت شدہ کبوتروں کی ٹانگوں پر مضبوطی سے باندھ دی جاتی تھیں۔ کبوتر یہ تھیلیاں مطلوبہ منزلوں پر بڑی آسانی اور چستی سے پہنچا دیا کرتے تھے۔ پھر خبریں بھیجنے کے لیے رائٹر نے گھوڑا گاڑیوں کا استعمال کیا۔ بعد میں اہم بندرگاہوں سے خبریں بذریعہ بحری جہاز بھیجی جانے لگیں۔ جرمنی میں اپنی خبر رساں ایجنسی کی خدمات کو محدود سمجھ کر رائٹر نے انگلستان کا رخ کیا اور وہاں کی مشہور شاہراہ فلیٹ اسٹریٹ Fleet Street لندن میں اپنا ایک مختصر دفتر کھولا۔ خود رائٹر نے کچھ دن ایک نوآموز کی حیثیت سے فرانسیسی خبر رساں ایجنسی کے موجد ہوس کے ہاں کام سیکھا تھا۔ جب رائٹر نے لندن میں اپنا دفتر قائم کیا تو وہاں پہلے ہی سے ایک خبر رساں ایجنسی ''سنٹرل پریس ایجنسی کے نام سے کام کر رہی تھی۔ رائٹر نے غیر ملکی خبروں کو زیادہ اہمیت بخشی۔ مارننگ اڈورٹائزر نامی روزنامہ اخبار کے مدیر جیمس گرانٹ نے رائٹر کا بہت ساتھ دیا اور ایک ٹیلی گرافک نیوز سروس کے قیام کی حوصلہ افزائی کی۔ رائٹر نیوز ایجنسی نے جلد ہی اتنی ترقی کی کہ رائٹر کا نام صحیح خبر کے مساوی سمجھا جانے لگا۔ رائٹر کی خبریں 1860ء میں بذریعہ بحری ڈاک Sea Mail

ہندوستان آنی شروع ہوئیں۔موجودہ ''ٹائمز آف انڈیا'' کے مورث اخبار ''دی بمبئی ٹائمز The Bombay Times نے سب سے پہلے رائٹر کی خریداری قبول کی تھی ۔اس زمانہ سے آج تک ہندوستان کے اخبارات کو بیشتر غیر ملکی خبریں، رائٹر ہی کی وساطت سے ملتی رہی ہیں ۔ پہلے پہل یہ خبریں براہ راست ہندوستانی اخبارات کوملتی تھیں اوررائٹر ہی کے نام سے منسوب ہوا کرتی تھیں ۔بعد میں ''ایسوسی ایٹڈ پریس آف انڈیا'' کے زیر اہتمام یہ خبریں ہندوستان میں تقسیم ہوتی رہیں۔ برصغیر کی اگست 1947ء کی تقسیم کے بعد رائٹر کی تین شاخیں ہوگئیں:۔

پریس ٹرسٹ آف انڈیا۔دی ایسوسی ایٹڈ پریس آف پاکستان اور پریس ٹرسٹ آف سیلون (سری لنکا)

پریس ٹرسٹ آف انڈیا دراصل رائٹر ہی کی سرپرستی اور مکمل تعاون کے ساتھ معرض وجود میں آئی ۔رائٹر آج کل انگلستان، آسٹریلیا اور نیوزی لینڈ کے اخبارات کی مشترکہ ملکیت ہے ۔ایک خصوصی منشور کے ذریعہ اسے ایک ٹرسٹ ملکیت قرار دے دیا گیا ہے ۔جس کے احترام میں یہ ایجنسی بالکل درست بین الاقوامی خبروں کے حاصل کرنے اور تقسیم کرنے میں پوری دیانت داری سے مصروف رہے گی کسی کے ساتھ کوئی عصبیت نہیں برتے گی ۔

رائٹر کے جتنے نمائندے اور جزوقتی نامہ نگار دنیا کے کونے کونے میں پھیلے ہوئے ہیں شاید کسی اور خبر رساں ایجنسی کے نہیں ہیں ۔تقریبا ہر ملک سے غیر معمولی اہمیت رکھنے والی مقامی خبریں اور بین الاقوامی خصوصیت کی خبریں لندن دفاتر میں موصول ہوتی رہتی ہیں اور وہاں سے تدوین کے بعد دوبارہ دنیا بھر میں برق رفتاری کے ساتھ پھیل جاتی ہیں۔ایک اندازے کے مطابق روزانہ پانچ لاکھ الفاظ پر مشتمل

خبریں متعدد طریقوں سے تقسیم ہوتی ہیں۔چند اخبارات کو ریڈیو ٹیلی گرافی طریقہ سے خبریں فراہم کی جاتی ہیں۔کئی غیر ملکی اخبارات اور ریڈیو مراکز کو کیبل سے خبریں بھیجی جاتی ہیں۔کچھ دور دراز مقامات کے لیے ٹیلیکس کا اہتمام ہے۔کئی مقامات کو خبریں سمندر پار ٹرنک کال کے ذریعہ روانہ ہوتی ہے ں۔

عام خبروں کے علاوہ رائٹر نے تجارتی اور اقتصادی نوعیت کی خصوصی خبروں کی ترسیل کے لیے علاحدہ شعبہ قائم کیا ہے۔اس خدمت کے ذریعہ دنیا بھر کی اہم منڈیوں سے تازہ ترین نرخ جمع کیے جاتے ہیں اور ان کی آن میں دنیا بھر میں پھیلائے جاتے ہیں۔ 1960ء میں رائٹر نے برٹش کامن ویلتھ انٹرنیشنل نیوز فلم ایجنسی سے ایک معاہدہ کیا جس کے تحت ٹیلی ویژن مراکز کے لیے اہم بین الاقوامی واقعات اور حادثات کی ٹیلی ویژن خبریں، فلمیں فراہم کی جاتی ہیں۔لندن میں رائٹر کا صدر دفتر 85 فلیٹ اسٹریٹ، لندن ای، سی 4 میں واقع ہے۔نئی دہلی میں اس کا دفتر 27 پرتھوی راج روڈ پر واقع ہے۔

ایسوسی ایٹڈ پریس آف امریکہ نامی خبر رساں ایجنسی 1848ء میں نیو یارک شہر کے چھ اخبارات کی مشترکہ کوششوں سے شروع ہوئی تھی۔آج اس کا شمار دنیا کی بہترین خبر رساں ایجنسیوں میں ہے۔خبروں کے علاوہ تصاویر فراہم کرنے میں اس ایجنسی کا ایک موقر عالمی ریکارڈ قائم ہے۔دنیا کے تقریباً ایک سو ممالک میں 7750 اخبارات، ریڈیو اسٹیشن اور ٹیلی ویژن مراکز اس ایجنسی سے تازہ ترین عالمی خبریں اور تصاویر حاصل کرتے ہیں۔مستقل تنخواہ پر کام کرنیوالے نامہ نگاروں کی تعداد ساڑھے سات ہزار سے زیادہ ہے۔دنیا بھر میں جز وقتی طور پر کام کرنے والے نمائندوں کی تعداد اس سے کئی گنا زیادہ ہے۔امریکہ میں یہ ایجنسی امداد باہمی کے

اصولوں پر عمل کرتی ہے جس کی رو سے کم وبیش ایک لاکھ نامہ نگاروں کی خدمات اسے حاصل رہتی ہے۔ اس کا صدر دفتر 20 راک فیلر پلازا، نیویارک میں واقع ہے۔ ہندوستان میں اس کی خبریں یونائیٹڈ نیوز آف انڈیا کی وساطت سے تقسیم ہوتی ہیں۔ خبروں کے علاوہ یہ ایجنسی عمدہ فیچر مضامین بھی فراہم کرتی ہے۔ تجارتی خبروں کی ترسیل کے لیے ایک بہت بڑا علاحدہ شعبہ قائم ہے۔ اے پی فوٹوز A.P. Photos کے نام سے اخباری تصاویر ریڈیو فوٹو طریقہ کے ذریعہ اس کے لندن دفتر سے بھی حاصل کی جاسکتی ہیں۔ ایک اور تصویریں فراہم کرنے والی ایجنسی وائڈ ورلڈ فوٹوس انکارپوریٹڈ (Wide World Photos Inc) اس ایجنسی کی ایک ساتھی ایجنسی ہے جس کے تحت ہر نوعیت کی تصاویر، کارٹون اور دیگر غیر تحریری مواد مہیا کیا جاتا ہے۔

یونائٹڈ پریس انٹرنیشنل (United Press International) ایک آزاد خبر رساں ایجنسی ہے جو تقریباً 9 ہزار سے زیادہ اخبارات، رسائل، ریڈیو اسٹیشن اور ٹیلی ویژن مراکز کو اپنی خدمات پیش کرتی ہے۔ دنیا کی تقریباً 55 اہم زبانوں میں اسکی خدمات سے ایک سو گیارہ ممالک میں استفادہ کیا جارہا ہے۔ تصاویر فراہم کرنے میں بھی یہ ادارہ کافی مہارت اور شہرت کا مالک ہے۔ سوا ہزار اخبارات اس ایجنسی کے ذریعہ تصاویر اور ریڈیو فوٹو حاصل کرتے ہیں۔ ہندوستان میں اس ادارہ کی شاخ آئی، ای، این، ایس بلڈنگ، رفیع مارگ میں موجود ہے جہاں سے کئی اخبارات کارٹون، کامک پٹی، فیچر اور دیگر مواد حاصل کرتی ہیں۔ 1962ء سے ہندوستانی شاخ قائم ہے جبکہ یہ ایجنسی 1907ء میں نیویارک میں قائم ہوئی تھی۔ ہندوستان میں 1943ء سے اس کی خدمات جاری ہیں۔ 1958 تک یہ ایجنسی ''یونائٹڈ پریس

آف امریکہ'' کے نام سے مشہور تھی۔ جب ایک اور مشہور خبر رساں ایجنسی بنام ''انٹر نیشنل نیوز سروس I.N.S اس میں ضم ہوگئی تو اس کا نام U.P.A کے بجائے U.P.I رکھ دیا گیا۔ ایشیائی ممالک کے جملہ اخبارات سے تعاون کرنے کے لیے اس ایجنسی کا ایک دفتر ٹوکیو میں قائم ہے۔

اہم ہندوستانی خبر رساں ادارے

بیسویں صدی کے اوائل میں جب ہندوستانی اخبارات کی تعداد میں مسلسل اضافہ ہونے لگا تو ایک موزوں اور ارزاں خبر رساں ایجنسی کی ضرورت محسوس کی گئی ۔بڑے انگریزی اخبارات اور کثیر الاشاعت ہندوستانی زبانوں کے اخبارات نے اپنے خصوصی نامہ نگار کلکتہ اور شملہ میں معین کر رکھے تھے۔ دیگر اہم مقامات میں بھی اپنے اپنے نامہ نگاروں کے ذریعہ خبریں حاصل کر لی جاتی تھیں۔چھوٹے اخبارات مجبوراً دیگر بڑے اخبارات سے خبریں نقل کر لیا کرتے تھے۔انگلستان کی مشہور ''رائٹر نیوز ایجنسی'' نے 1878ء میں بمبئی میں ایک دفتر قائم کیا جس کے ذریعہ پہلے پہل بازار کے نرخ فراہم کیے جاتے ہیں۔ پھر جلد ہی غیر ملکی خبروں کا ایک خلاصہ مہیا کیا جانے لگا۔ رائٹر کے بھیجے ہوئے اخباری تار زیادہ سے زیادہ آدھے کالم میں سما جاتے تھے اور ہندوستانی خبریں ہی زائد جگہ لیتی تھیں۔خبروں کی ترسیل میں خاطر خواہ سہولت نہ ہونے کی وجہ سے رائٹر ایجنسی ہندوستان میں جلد ترقی نہیں کر سکی۔ تار سے خبریں کافی مہنگی پڑتی تھیں۔ وہ چھوٹے اخبارات ایسے اخراجات کے متحمل نہیں ہوسکتے تھے۔ ہندوستانی اخبارات میں ملکی خبریں بہت کم ہوا کرتی تھیں کیونکہ خبریں جمع کرنے اور تقسیم کرنے کا نظام کافی پسماندہ تھا۔کئی ہندوستانی اخبارات لندن سے آنے والے اخبارات کی خبریں نقل کر کے ہی اپنے صفحات اور کالم بھر دیا

کرتے تھے۔

ایسوسی ایٹڈ پریس آف انڈیا

ہندوستان کی اپنی خبر رساں ایجنسی کے قیام کے لیے سب سے پہلی کامیاب کوشش کیشو چندر رائے نے کی جو کے۔سی، رائے کے نام سے زیادہ مشہور ہیں۔یہ حکومت ہند کے صدر مقام پر کلکتہ اور بمبئی کے متعدد اخبارات کے خصوصی نامہ نگار تھے۔سرکاری دفاتر میں ان کا اچھا رسوخ تھا۔اپنی آمدنی سے وہ مطمئن تھے اور چاہتے تو بڑی آسانی سے اپنی پیشہ ورانہ زندگی گذار سکتے تھے۔مگر ایک خالص ہندوستانی خبر رساں ایجنسی کے قیام کی دھن ان کے دل و دماغ میں سما گئی تھی۔کئی برطانوی اور امریکی خبر رساں ایجنسیوں کے طریقہ کار کا انہوں نے بغور مشاہدہ کیا تھا اور چاہتے تھے کہ ایسے ہی خطوط پر ہندوستان میں بھی ایک خبر رساں ایجنسی کام کرے جو علاقائی اور مقامی خبروں کو کافی اہمیت بخشے۔

مشہور انگریزی روزنامہ اخبارات ''دی اسٹیٹمین'' ''دی مدراس میل'' ''دی ایڈوکیٹ آف انڈیا'' اور لندن ڈیلی میل'' کے نامہ نگار ایورارڈ کوٹس اور حکومت ہند کے پاس رہنے والے رائٹر نیوز ایجنسی کے خصوصی نمائندہ ایڈورڈ بک Edward Buck کے اشتراک عمل سے کے۔سی۔رائے نے ایک میں ٹیلی گراموں کے رعایتی نرخوں پر بھیجنے کی سہولت صرف اخبارات کو حاصل تھی۔رعایت کے لیے وہاں ''خبر رساں ایجنسی'' کا کوئی تذکرہ نہ تھا۔کے سی رائے نے انڈین ڈیلی نیوز'' نامی کلکتہ سے شائع ہونے والے انگریزی روزنامہ سے معاہدہ کر کے ساری خبریں اس اخبار کے دفتر میں جمع کر کے کام چلایا۔بعد میں مذکورہ ایکٹ میں ترمیم کے لیے کوشش ہوئی جو کامیاب رہی۔رعایتی داموں پر پریس ٹیلی گرام بھیجنے کی سہولت

''نیوز ایجنسیوں'' کو بھی دی گئی۔ اس ترمیم کیساتھ ہی کے، سی، رائے کے حوصلے بلند ہو گئے اور اس طرح 1910ء میں ہندوستان کی پہلی ''خبر رساں ایجنسی'' ''ایسوی ایٹڈ پریس آف انڈیا'' یا ''اے پی آئی'' API Associated Press of India کے نام سے معرض وجود میں آئی۔

ہندوستان کے اہم شہروں میں اے، پی، آئی کی شاخیں قائم کی گئیں۔ ایک تجربہ کار بنگالی اخبار نویس یو، این سین نے (جو بعد میں سر اشا ناتھ سین کے نام سے مشہور ہوئے کافی تعاون کیا۔ مدراس میں شاخ کھولی گئی تو ''ہندو'' اور ''سودیس مترن'' جیسے ذی اثر اخبارات نے خریداری قبول کر کے ہمت افزائی کی۔ جس شہر میں بھی تین خریداروں اور ماہانہ ایک ہزار روپے کی مستقل آمدنی کا وعدہ ہوا وہاں ایک شاخ قائم کر دی گئی۔ اے پی آئی کے قیام کے بعد ہندوستانی اخبارات کو متنوع خبریں ملنے لگیں۔ ایسی خبروں سے بھی وہ خوش تھے جو انفرادی طور پر نامہ نگار فراہم کر سکتے تھے۔ نیوز ایجنسی کے ساتھ ہی خبروں سے ذاتی تعلق ختم ہو گیا۔ چونکہ خبر رساں ایجنسی کو غیر متعصب خبریں بھیجنا ضروری ہے۔ اس لیے خبروں سے کچھ حد تک ''رنگینی'' بھی مفقود ہو گئی۔

دیگر ممالک کی طرح ہندوستان میں خبر رساں ایجنسی چلانا آسان نہ تھا۔ کے، سی، رائے اور ان کے ساتھیوں کی نت نئی مشکلات کا سامنا کرنا پڑا۔ اخبارات میں اتنی سکت نہیں تھی کہ وہ خبر رساں ایجنسی کی گراں خریداری قبول کریں۔ اخراجات زیادہ تھے مگر آمدنی کم، نئے مسائل سے دو چار ایجنسی اپنی خدمات کا سلسلہ قائم رکھنے میں کامیاب تو رہی مگر بدقسمتی سے کے، سی رائے اور ان کے حصہ داروں میں انتظامیہ کے چند امور پر اختلاف رائے پیدا ہو گیا۔ مالی مشکلات

میں اضافہ ہوتا گیا۔ کہتے ہیں کہ ایجنسی جاری رکھنے کے لیے کے،سی،رائے نے شملہ میں اپنے مکانات فروخت کر دیے اور انہیں گہری ذہنی پریشانی کا سامنا کرنا پڑا۔

کے،سی رائے نے اپنے یوروپی حصہ داروں سے الگ ہوجانے کے بعد اپنی علیحدہ خبر رساں ایجنسی ''پریس نیوز بیورو'' کے نام سے قائم کی جو زیادہ کامیاب ثابت نہ ہوئی۔ ایک اور ایجنسی ''انڈین نیوز ایجنسی'' کے نام سے قائم تھی جسے ایک خوشگوار حد تک سرکاری سرپرستی حاصل تھی۔ 1919ء میں ایوارڈ کوٹس نے اپنے دورہ لندن کے دوران رائٹر نیوز ایجنسی کے ارباب اقتدار سے گذارش کی کہ رائٹر ہندوستان میں ایسوسی ایٹڈ پریس آف انڈیا، انڈین نیوز ایجنسی اور پریس نیوز بیورو، تینوں کے حقوق خریدے اور ہندوستان کے لیے ایک ایسی خبر رساں ایجنسی قائم کی جو مقامی خبروں کو زیادہ اہمیت دے کے،سی،رائے نے بھی اس تجویز کا خیر مقدم کیا۔ رائٹر نے تینوں ایجنسیوں کے حقوق خرید کر ایک نئی مشترکہ ایجنسی قائم کی جس کا نام ''ایسٹرن نیوز ایجنسی'' طے ہوا پھر اس کا نام بدل کر ایسوسی ایٹڈ پریس آف انڈیا رکھا گیا۔ کے،سی،رائے جنہیں ہندوستان کا ایک بہترین اور ذہین نامہ نگار کہا جاتا ہے۔ اور جنہیں ہندوستانی خبر رساں ایجنسیوں کے ''باوا آدم'' کے نام س بھی پہچانا جاتا ہے۔ 1931ء میں اپنی وفات تک ایسوسی ایٹڈ پریس آف انڈیا کے ڈائریکٹر کے عہدے پر فائز رہے، کے سی،رائے کی جگہ سر اشاناتھ سین کو ملی جو 1950ء تک اس عہدے پر رہ کر وظیفہ یاب ہوئے۔

ایسوسی ایٹڈ پریس آف انڈیا کو رائٹر نے کافی وسعت دی۔ ہر چھوٹے بڑے شہر میں شاخوں کا اہتمام کیا گیا۔ غیر ملکی خبریں پہلے کی بہ نسبت زیادہ مقدار

میں ہندوستانی اخبارات کوفراہم کی جانے لگیں۔ ہندوستان کی اہم خبریں بھی کافی مستعدی سے جمع اور تقسیم ہوا کرتی تھیں۔

ملک میں عوامی امور سے دلچسپی میں اضافہ ہونے لگا اور تحریک آزادی کی مقبولیت لمحہ بہ لمحہ جڑ پکڑتی گئی تو ہندوستانی قائدین نے یہ محسوس کرنا شروع کیا کہ برطانوی ملکیت والی خبر رساں ایجنسی ہندوستانی نکتہ نظر کو صحت کے ساتھ پیش نہیں کر سکے گی۔اس خیال سے 1925ء میں ایس،سدانند نامی ایک مقبول اخبار نویس نے ''فری پریس آف انڈیا'' میں ایس،سدانند نامی ایک مقبول اخبار نویس نے ''فری پریس آف انڈیا (Free Press of India) کے نام سے ایک قومی خبر رساں ایجنسی قائم کی تاکہ ہندوستان اور برما کی قومی جدوجہد کی خبریں زیادہ درستگی اور تفصیل کے ساتھ ہندوستانی اخبارات میں شائع ہوسکیں۔اس نئی قوم پرستانہ جذبات والی خبر رساں ایجنسی کا استقبال تو شاندار رہا مگر تجارتی اعتبار سے یہ جلد ہی دم توڑ گئی۔اس ادارہ کے انگریزی روزنامیل ''فری پریس جرنل'' ''فری پریس بلیٹن''، گجراتی روزنامہ ''جن شکتی'' اور مراٹھی روزنامہ ''نوشکتی'' آج بھی بمبئی سے جاری اور حد درجہ مقبول ہیں۔ آج کا مشہور انگریزی روزنامہ ''انڈین ایکسپریس'' بھی سب سے پہلے مدراس سے ایس،سدانند نے جاری کیا تھا۔

ایک اور خبر رساں ایجنسی یونائٹڈ پریس آف انڈیا United Press of India کے نام سے میدان عمل میں آئی مگر ایسوسی ایٹڈ پریس آف انڈیا کی مقبولیت اور اہمیت برقرار رہی۔ 1938ء میں ہندوستان کے کئی علاقائی شہروں میں ٹیلی پرنٹر کی سہولت دی گئی۔تار سے آنے والی خبروں کی جگہ ٹیلی پرنٹر سے آنیوالی خبروں نے لے لی۔تجربہ کامیاب رہا اور ہر جگہ ٹیلی پرنٹر نصب کیے جانے لگے تو خبر رساں

ایجنسیوں کو ترقی کرنے کی زیادہ سہولت نصیب ہوگئی۔ اتنی خبریں جمع ہونے لگیں کہ کئی اخبارات نے اپنے صفحات میں اضافہ کر دیا۔ قارئین بھی جو ابتک تار سے ملنے والی خبروں پر اکتفا کرتے تھے اب ٹیلی پرنٹر کی وساطت سے آنے والی تفصیلی خبروں سے گہری دلچسپی لینے لگے۔ یونائٹڈ پریس آف انڈیا نے بھی ٹیلی پرنٹر سے خبریں تقسیم کرنے کا سلسلہ شروع کیا۔

آزادی کی تحریک میں کانگریس کے ساتھ ساتھ مسلم لیگ نامی سیاسی جماعت بھی پیش پیش تھی۔ اکثر و بیشتر اردو اخبارات مسلم لیگ اور قائداعظم ''محمد علی جناح کے خیالات کے حامی تھے۔ مسلم قائدین اور صحافیوں میں یہ احساس بڑھتا گیا کہ خبر رساں ایجنسیوں میں مسلم لیگ کے نظریہ کو کوئی اہمیت نہیں دی جارہی ہے۔ مسلمانوں کی ایک علیحدہ خبر رساں ایجنسی کے قیام کا منصوبہ بنایا گیا۔ مسلم لیگ کے حامیوں، مسلم ریاستوں کے حکمرانوں اور دیگر خیر خواہوں کی مدد سے اورنیٹ پریس آف انڈیا Orient Press of India نامی ایک خبر رساں ایجنسی قائم کی گئی۔ اس ایجنسی کا دائرعمل محدود تھا۔ اور صرف مسلم ملکیت والے اخبارات نے اس کی سرپرستی کی۔ دیگر زبانوں کے اخبارات کا تعاون خاطر خواہ رہا۔ بہرحال مسلم لیگ رجحانات کی ترجمانی کرنے والی یہ ایجنسی تقسیم ملک کے فوراً بعد تحلیل ہوگئی۔

اگست 1947ء میں جہاں ملک تقسیم ہو وہاں خبر رساں ایجنسیاں بھی تقسیم ہوگئیں۔ پاکستان میں ''ایسوسی ایٹڈ پریس آف پاکستان'' اور یونائٹڈ پریس آف پاکستان'' نامی دو ایجنسیاں قائم ہوئیں۔

پریس ٹرسٹ آف انڈیا

ہندوستان میں خبر رساں ایجنسیوں کی اہمیت دوسری عالمگیر جنگ کے دوران کافی بڑھ گئی لوگ زیادہ سے زیادہ جنگ کی خبروں سے دلچسپی لینے لگے تھے۔ اخبارات میں جنگ کے حالات پر تبصرے کافی ذوق وشوق سے پڑھے جانے لگے تھے۔ ہر جگہ خبروں اور اخبارات کی مانگ میں زبردست اضافہ ہوا۔ ہندوستانی اخبار نویس بھی محسوس کرنے لگے کہ ایک خالص ہندوستانی خبر رساں ایجنسی کا جلد از جلد قائم ہونا بہتر ہے۔ انڈین اینڈ ایسٹرن نیوز پیپرس سوسائٹی نے ایک ہندوستانی خبر رساں ایجنسی کے قیام کی فوری ضرورت پر زور دینا شروع کیا۔ اگست 1947ء میں حصول آزادی کے بعد ایک قومی خبر رساں ایجنسی کی اہمیت کے تذکروں اور مطالبوں میں زور آ گیا۔

ایسوسی ایٹڈ پریس آف انڈیا نامی ایجنسی برطانوی ادارہ "رائٹر" کی ملکیت تھی اور آزادی کے بعد اس ایجنسی نے بھی خطرہ محسوس کیا۔ سب سے پہلے انڈین اینڈ ایسٹرن نیوز پیپرس سوسائٹی نے امریکہ کی مشہور "ایسوسی ایٹڈ پریس آف امریکہ" سے گفت وشنید کا آغاز کیا مگر معاملات جلد اور آسانی سے طے نہیں ہو سکے۔ بہ ایک وقت رائٹر نے بھی گفت وشنید شروع ہوگئی۔ بہت دنوں تک طویل اور تفصیلی خط و کتابت کا سلسلہ جاری رہا جس سے کوئی خاص نتیجہ نہیں نکلا۔ وقت کی بچت اور ٹھوس اقدام کا خاطر یہ فیصلہ ہوا کہ ایک وفد لندن جا کر بالمشافہ رائٹر کے منتظمین سے گفتگو کرے۔ مئی 1948ء میں ایک نمائندہ وفد لندن روانہ ہوا جس کے اراکین تھے کے ،سری نواسن مدیر "دی ہندو" مدراس: رام ناتھ گوئنکا، سی، آر، سری نواسن مدیر" سودیس مترن، (تامل روزنامہ) مدراس، ایس سدانند بانی فری پریس آف انڈیا

اور اے، ایس، بھرتن، جنرل مینیجر، ایسوسی ایٹڈ پریس آف انڈیا۔ یہ وفد کامیاب ثابت ہوا۔ رائٹر والوں نے آسٹریلیا اور نیوزی لینڈ سے کیے گئے معاہدوں کی طرح ہندوستان سے بھی باہمی اشتراک کا معاہدہ کرنے پر رضامندی کا اظہار کر دیا۔ اس کا خیر مقدم انڈین اینڈ ایسٹرن نیوز پیپرس سوسائٹی کی جانب سے بھی ہوا ہو ملک کے بیشتر اخبارات کی نمائندہ اور مقتدر انجمن سمجھی جاتی تھی۔

طے شدہ معاہدہ کے تحت یکم فروری 1948ء سے رائٹر کے تمام حقوق کا تبادلہ ایک ''ٹرسٹ'' کے نام ہو گیا جو ہندوستان کے جملہ اخبارات کی جانب سے قائم کیا گیا اور جس کا نام ''پریس ٹرسٹ آف انڈیا Press Trust of India قرار پایا۔ ہندوستانی اخبارات کے مدیران پر مشتمل ایک بورڈ آف ڈائرکٹرس قائم کیا گیا تا کہ نئے قائم شدہ ٹرسٹ کا کاروبار سنبھالا جائے۔ 'دی ہندو' مدراس کے مدیر کے، سری نواسن پہلے صدر منتخب ہوئے۔ ''ہندوستان ٹائمز'' کے مدیر اور مہاتما گاندھی کے فرزند دیوداس گاندھی کو لندن میں رائٹر بورڈ کا ایک ڈائرکٹر بنایا گیا۔ سی، آر سری نواسن کو رائٹر کے ایک ٹرسٹی کی حیثیت بخشی گئی۔ حصہ داری کے معاہدہ کی شرائط کی رو سے پریس ٹرسٹ آف انڈیا کو قاہرہ (مصر) سے سنگاپور تک کا علاقہ دیا گیا۔ تا کہ پی ٹی آئی (پریس ٹرسٹ آف انڈیا) اس مشرقی علاقہ کی جملہ اہم خبریں جمع کر کے رائٹر کے ''ورلڈ پول'' World Pool کے لیے فراہم کرے۔ رائٹر کے لندن دفاتر میں ہندوستان کی خبروں کی ادارت اور ترسیل کے لیے ایک علیحدہ شعبہ قائم ہوا جس میں کام کرنے کے لیے ہندوستانی اخبار نویس نامزد ہوئے۔

معاہدہ کے ابتدائیہ میں یہ بات واضح کر دی گئی کہ دونوں ایجنسیاں صرف خبریں جمع کرنے کی مصروفیات کو ترجیح دیں گی۔ متعصب خبروں کو کوئی جگہ نہ دی

جائیگی۔حکومت کی مداخلت کے بغیر خبروں کو جمع کرنے۔ادارت کرنے اور تقسیم کرنے کا کام جاری رہے گا۔ایک دوسرے کو معتبر، مستند اور عصبیت سے پاک خبریں مہیا کی جائیں گی۔خبروں کے تقدس کا پورا پورا احترام کیا جائے گا۔اس طرح رائٹر اور پی ٹی آئی کے درمیان خبروں کے باہمی تبادلہ اور ہر طرح سے اشتراک عمل کا ایک لامتناہی سلسلہ شروع ہوا جو اب تک جاری ہے۔

رائٹر سے حصہ داری کے معاہدہ کے بعد پریس ٹرسٹ آف انڈیا نے اپنے خصوصی نامہ نگار جنوب مشرقی ایشیا اور مشرق وسطیٰ کے لیے مقرر کیے۔

واشنگٹن، جنیوا اور لندن میں شاخیں قائم کر کے خصوصی نمائندے روانہ کیے گئے۔حصہ داری کا طریقہ غیر تشفی بخش ثابت ہوا تو چار سال بعد یہ معاہدہ توڑ دیا گیا۔

پریس ٹرسٹ آف انڈیا اور رائٹر کے درمیان ایک نیا معاہدہ جنوری 1953ء میں طے ہوا جس کی رو سے پی ٹی آئی اور رائٹر کی حیثیت خبروں کے خریداروں اور فروخت کرنے والوں کی ہے۔پی ٹی آئی ہندوستانی اخبارات، آل انڈیا ریڈیو، دور درشن اور دیگر خریداروں کو مہیا کرنے کے لیے عالمی خبریں رائٹر سے خریدتی ہے اور رائٹر کی عالمی سروس کے لیے ہندوستانی خبریں رائٹر کو بیچتی ہے۔

فی الوقت پی ٹی آئی کے خصوصی نمائندے پاکستان، جنوب مشرقی ایشیا، مشرق وسطیٰ، مشرق بعید، اہم افریقی ممالک اور امریکہ میں مقیم رہ کر تازہ ترین خبریں روانہ کرتے رہتے ہیں۔دنیا کے دیگر کئی متعدد مقامات میں بھی پی ٹی آئی کے جز وقتی نامہ نگار مصروف عمل ہیں۔ایشیائی اور افریقی ممالک کی خبریں زیادہ سے زیادہ مقدار میں جمع کرنے کی کوشش کی جاتی ہے۔کابل، کھٹمنڈو، ٹوکیو، کوالالمپور، سنگاپور، رنگون اور کولمبو سے خصوصی طور پر خبریں حاصل اور تقسیم ہوتی ہیں۔

آج کل ملک بھر میں پریس ٹرسٹ آف انڈیا، کی ایک سو سے زائد شاخیں قائم ہیں۔ساٹھ ہزار کلومیٹر کے ٹیلی پرنٹر سرکٹ Circuit پر خبروں کی ترسیل ہوتی ہے۔ دنیا کے تیس اہم دارالسلطنتوں میں پی ٹی آئی کے خصوصی نامہ نگار خبریں جمع کرنے میں شب و روز مصروف رہتے ہیں۔ایشین نیوز نیٹ ورک''

Asian News Network نامی خدمت کے تحت ایشیا بھر کی اہم خبریں جمع اور مہیا کی جاتی ہیں۔غیر جانب دار نیوز پول Non Aligned News Pool کے لیے خبروں کے حصول، ادارت اور تقسیم کاری کے لیے دنیا کی کئی اہم خبر رساں ایجنسیوں سے پی ٹی آئی کے تعلقات قائم ہیں۔ ہر خریدار اخبار کو وسطا ایک لاکھ الفاظ پر مشتمل خبریں یومیہ مہیا ہوتی ہیں۔سیاسی، اقتصادی، تجارتی، سماجی، ٹیکنالوجی اور ترقیاتی خبروں کو ضروری اہمیت دی جاتی ہے۔خبروں کے علاوہ ہندوستانی اور غیر ملکی امور پر خصوصی فیچر بھی فراہم کیے جاتے ہیں۔علیحدہ شعبوں کے ذریعہ خصوصی اقتصادی اور سائنسی خبروں کی ترسیل کا بھی اہتمام ہے۔

رائٹر کی مانیٹر سروس Monitor Service کی ذمہ داری بھی پی ٹی آئی سنبھالتی ہے۔فوری بٹن دباؤ Instant Bush Button طریقہ کار سے دنیا بھر کے بازاروں کے نرخ حاصل کرنے کی سہولت دی گئی ہے خبریں اور تصاویر فراہم کرنے کے لیے کمپیوٹروں کا زیادہ سے زیادہ استعمال کیا جارہا ہے۔

پی ٹی آئی نے حال ہی میں P.T.I News Scan نامی نئی خدمت کا اجرا کیا ہے۔اس طریقہ کار سے ٹیلی ویژن کے پردے پر دنیا بھر کی تازہ ترین خبریں آنکھوں کے سامنے آجاتی ہیں اور بڑی آسانی سے پڑھی جاسکتی ہیں۔اس مقصد کے لیے جو اہم خبریں دی جاتی ہیں وہ بہت مختصر ہوتی ہیں۔انکی طوالت ایک

سو الفاظ سے تجاوز نہیں کرتی۔ سیاسی، معاشی، صنعتی، زرعتی، سائنسی، ٹیکنالوجی اور کھیل کود سے متعلق خبریں، کیپسول Capsule Form میں فراہم ہوتی ہیں۔ ہندوستان میں کمپیوٹر اور ویڈیو ٹیکنالوجی کی مدد سے ٹیلی ویژن پردے پر دنیا کی تازہ ترین خبریں مسلسل پہنچانے کا اہتمام کرنے والا پہلا ادارہ پی ٹی آئی ہے۔ اپنے دفتر میں بیٹھ کر یا کسی گراں قدر ہوٹل کے کمرے میں یا کسی ایرپورٹ پر عوام اس آلہ سے دنیا کی تازہ ترین خبریں بہ آسانی پڑھ سکتے ہیں۔ کئی مرکزی وزارتوں نے اس جدید خدمت سے استفادہ کرنا شروع کر دیا ہے۔ مہاراشٹرا حکومت نے اپنی سیکریٹریٹ ''منترالیہ'' کے لیے ''نیوز اسکین News Scan'' کی خریداری قبول کی ہے۔

پانچ لاکھ روپیے کے سرمایہ سے پی ٹی آئی کا آغاز ہوا تھا۔ آج یہاں سالانہ پانچ کروڑ روپیے کی تجارت ہوتی ہے اور اس میں روز بروز اضافہ ہوتا رہا ہے۔ پی ٹی آئی کی خدمات سے جو بھی منافع حاصل ہوتا ہے۔ وہ حصہ داروں میں تقسیم نہیں ہوتا۔ منافع کی جملہ رقم فوری طور پر ضروری ترقیاتی کاموں میں لگا دی جاتی ہے۔ جن اغراض و مقاصد کے ساتھ پریس ٹرسٹ آف انڈیا خبر رساں ایجنسی شروع کی گئی ان کے مطابق یہ ایجنسی کسی فرد یا ادارہ کو کبھی فروخت نہیں ہو سکے گی۔ اس تحفظ کے لیے حصہ داری پر حد بندی ہے۔

رفتار، درستگی اور جامعیت کے لیے مشہور پی ٹی آئی کی مسلسل ترقی کی راہوں پر رواں دواں ہے۔ ایک اندازے کے مطابق روزانہ اوسطا ایک لاکھ الفاظ پر مشتمل خبروں میں تقریبا تیس فی صد خبریں بین الاقوامی اہمیت کی حامل ہوتی ہیں۔ اس مقصد کے لیے اقوام متحدہ (نیو یارک) لندن، ماسکو، بیجنگ، (چین)، کوالالمپور نیروبی، اسلام آباد، کھٹمنڈو، کولمبو، ڈھاکہ وغیرہ شہروں میں پی ٹی آئی کے نمائندے

ہمیشہ مصروف رہتے ہیں۔ جز وقتی نمائندے اوٹاوہ، بون، برلن، اسٹاک ہوم، ویانا، دبئی، دوحہ، ٹوکیو، بنگ کاک اور سیئول جیسے اہم مقامات پر مستعد رہتے ہیں۔ صدر جمہوریہ ہند، نائب صدر، وزیر اعظم یا دیگر اہم وزراء کے غیر ملکی دوروں میں پی ٹی آئی کے نمائندے عموماً ساتھ جاتے ہیں۔ اولمپک کھیلوں کے لیے خصوصی اسپورٹس نامہ نگار بھیجے جاتے ہیں۔ دیگر بین الاقوامی معاملات، کانفرنسوں اور سیمناروں کی خبروں کے لیے بھی خصوصی نمائندوں کو بھیجنے کا اہتمام رہتا ہے۔ یونیسکو اجلاس، کامن ویلتھ چوٹی کانفرنس، ورلڈ بینک، انٹرنیشنل مانیٹری فنڈ جیسے اہم عالمی اداروں کی عام نشستوں اور بڑی کانفرنسوں کے لیے خصوصی نمائندے مقرر ہوتے ہیں۔

فی الوقت پی ٹی آئی کو رائٹر، ایجنسی فرانس پریس، اور یونائیٹڈ پریس انٹرنیشنل کی خبریں ہندوستان میں تقسیم کرنے کی اجازت اور سہولت ہے۔ چین کی Xinhua خبر رساں ایجنسی اور روس کی تاس Tass ایجنسی سے بھی پی ٹی آئی کو مسلسل خبریں موصول ہوتی رہتی ہیں۔ وہ مندرجہ ذیل ہیں:۔

پی اے پی (پولینڈ) اگر پریس (رومانیہ) اے ڈی این (جرمن ڈیموکریٹک ری پبلک) تان جگ (یوگوسلاویہ) لنگا پوتھ (سری لنکا)؛ انتارا (انڈونیشیا)۔ کیودو (جاپان)؛ کے ین اے (ڈیموکریٹک پیپلز ری پبلک آف کوریا) یون ہاپ Yonhay (ری پبلک آف کوریا) مونت سیم Motsame منگولیا؛ اے آئی ایم (موزمبیق)؛ وی این اے (ویت نام؛ پی این اے (فلپائن)؛ سی اے این اے (ترکی نیدار)؛ جی این اے (بحرین)؛ آئی آر این اے (ایران(۔ آئی این اے (عراق)؛ وغیرہ۔

پی ٹی آئی کا عملہ کم وبیش ایک ہزار تین سو افراد پر مشتمل ہے جس میں تقریباً تین

سو صحافی ہیں اور باقی ٹیلی پرنٹر آپریٹر ، تیکنیکی افراد ، انجینئر ورکشاپ میکانک ، اکاونٹنٹ اور انتظامی افسر وغیرہ ہیں ۔تقریباً ایک ہزار اخبارات اس کے مستقل خریدار ہیں ۔

پی ٹی آئی کی خبریں درجوں میں تقسیم کی جاتی ہیں اے گریڈ بہت تفصیلی خبریں ہوتی ہیں ۔ بہت بڑے اخبارات اس اعلیٰ سطح اور قدرے گراں خدمت سے فائدہ اٹھاتے ہیں ۔ بی سروس درمیانی سائز کے اخبارات کے لیے کافی سمجھی جاتی ہے ۔ علاقائی اور اضلاعی سطح کے چھوٹے اخبارات کے لیے ''سی سروس سے کام چلایا جا سکتا ہے ۔ اسے ''پونی'' Pony سروس بھی کہتے ہیں ۔تینوں کے علاحدہ نرخ مقرر ہیں ۔آ کاش وانی اور دوردرشن اکثر وبیشتر پی ٹی آئی سے ملنے والی خبروں کی مدد سے اپنے نیوز بلیٹن تیار کرتے ہیں کئی سرکاری دفاتر اور تجارتی کمپنیاں پی آئی ٹی کی نیوز سروس کی خریدار ہیں ۔

مالی اور تجارتی دلچسپی رکھنے والے اداروں کے لیے پی آئی ٹی کی ایک خصوصی سروس ہے جس کے ذریعہ اسٹاک ایکسچینج کی تازہ ترین خبریں اور بازار کے نرخ مہیا کیے جاتے ہیں ۔بینکوں ، معاشیاتی اداروں ، حکومتی شعبوں ، تحقیقی مراکز اور تربیتی اداروں کی مدد کے لیے پی آئی ٹی ایک پندرہ روزہ تبصرہ شائع کرتی ہے جس میں اقتصادی اور تجارتی جائزے دیے جاتے ہیں ۔

اگست 1980ء سے پی ٹی آئی نے بذریعہ ڈاک اخباری فیچر فراہم کرنے کا سلسلہ شروع کیا ہے ۔جس سے کئی اخبارات ورسائل مستفید ہورہے ہیں ۔مختلف موضوعات پر منتخب ماہرین کے تحریر کردہ یہ فیچر ہر سطح پر مقبول ہورہے ہیں ۔ زراعت ، دیہی ترقی ، برقی قوت ، سائنس ، ٹیکنالوجی ، دفاع ، سیاسیات ، بین

الاقوامی امور اور صنعت و حرفت جیسے متنوع موضوعات پر یہ فیچر ارزاں نرخوں پر فراہم ہو رہے ہیں۔ بیشتر فیچر مضامین میں پس منظری حقائق پیش کیے جاتے ہیں۔ ایسی معلومات خصوصیت کے ساتھ شامل کی جاتی ہیں جو عموماً عام خبروں میں پائی نہیں جاتی ہیں۔ ملکی اخبارات کے علاوہ غیر ملکی اخبارات اور رسائل میں بھی پی ٹی آئی فیچر مواد کی مانگ بڑھتی جا رہی ہے۔ 1981ء سے پی ٹی آئی نے ''سائنس سروس Sciency Service کے نام سے ایک سلسلہ شروع کیا ہے جس کے تحت تحقیقی اداروں اور سائنسی مراکز کو تازہ ترین کوائف اور اعداد و شمار بھیجے جاتے ہیں۔ سائنس اور ٹیکنالوجی سے متعلق یہ جائزے بہت کارآمد ثابت ہو رہے ہیں، کئی نئے چھوٹے چھوٹے مقامات میں بھی پی ٹی آئی کے دفاتر کھولے گئے ہیں تاکہ دیہی علاقوں، کھیل کود اور تعلیم و ثقافت کی خبروں میں زیادہ وسعت پائی جائے، کوشش کی جا رہی ہے کہ ملک کی ہر ریاست کے ہر ضلع کے صدر مقام پر کم از کم ایک پی ٹی آئی کا نمائندہ رہے تاکہ ہر نوعیت کی خبریں حاصل کرنے میں آسانی ہو۔

گذشتہ چند برسوں سے ہندوستان میں مصنوعی سیاروں سے کافی فائدہ اٹھایا جا رہا ہے۔ پی ٹی آئی نے بھی مصنوعی سیاروں Satellites کی مدد سے اپنی خدمات میں بہتری لانے کی پوری کوشش کی ہے۔ دنیا کے دیگر کئی ممالک سے خبریں ان سیاروں کی وساطت سے حاصل کی جا رہی ہیں، مثلاً انڈونیشیا کی خبر رساں ایجنسی ''انتسارا'' اور سری لنکا کی خبر رساں ایجنسی ''لنکا پوتھ'' سے پی ٹی آئی کے سیارہ جاتی تعلقات ہیں۔ یوگوسلاویہ، کیوبا، بحرین، ملیشیا اور فلپائن سے سیاروں کے ذریعہ خبریں حاصل کرنے کے انتظامات مکمل کر لیے گئے ہیں۔ اس سے قبل بھی پی ٹی آئی نے رائٹر اور اے ایف پی کی خبریں مصنوعی سیارون سے حاصل کی تھیں۔ ہانگ

کانگ کے راستہ سے رائٹر کی منی مارکیٹ رپورٹ Money Market Report منگوائی جاتی تھی اور کولمبو کے راستہ سے رائٹر کی کماڈیٹی رپورٹ commodity Report حاصل کیجاتی تھی۔

کمپیوٹروں کا استعمال پی ٹی آئی میں 1980ء سے جاری ہے۔ پارلیمانی اور اسمبلی انتخابات کے نتائج کے لیے کمپیوٹروں کا مناسب ومعقول استعمال کیا گیا تھا۔ حکومت ہند کی سرپرستی میں چلنے والی، سی، ایم سی کمپیوٹر مین ٹے نینس کارپوریشن Computer Maintenance Corporation کے تعاون سے انتخابات کے جائزے پیش کیے گئے تھے۔ دسمبر 1984ء کے لوک سبھا کے عام انتخابات کے نتائج اور متعلقہ جائزوں کے لیے جدید کمپیوٹروں کا سہارا لیا گیا۔

پی ٹی آئی ایشیا کی سب سے بڑی خبر رساں ایجنسی ہے اور یہ ہندوستان وقیع اور وسیع ترین ایجنسی کی حیثیت اختیار کر چکی ہے۔ اس ایجنسی کی کوششوں سے ایک موقر انجمن بنام دی آرگنائزیشن آف ایشیا پیسی فک نیوز ایجنسیز The Organisation of Asia Pacific News Agencies قائم ہوئی۔ اس انجمن کے زیر سرپرستی 1982ء میں ایشیا پیسی فک نیوز نیٹ ورک'' Asia Pacific News Network یا اے۔ این اے ن A.N.N نامی ادارہ قائم جس کی کامیاب اور مقبول خدمات میں پی ٹی آئی نے اہم رول ادا کیا ہے۔

ایک حالیہ اعلان کے مطابق پی ٹی آئی کی جانب سے الیکٹرانک Electronic ٹیلی پرنٹر ہندوستان ہی میں تیار کیے جائیں گے اور مناسب داموں میں فراہم ہوں گے۔ ہندوستان کے مصنوعی سیارہ، ان سات ون بی Insat 1.B کی مدد سے خبریں اور تصویریں بھیجنے کا بھی اہتمام کیا گیا ہے۔ پی ٹی آئی کے ایک

تحقیقی شعبہ ''ریسرچ اینڈ ڈیزائن ونگ'' Research and Desing Wing میں تجربات کے بعد خبروں کی ترسیل میں مزید بہتری لانے کے لیے کئی نئے آلات وضع کیے گئے ہیں۔ جدید کمپیوٹروں کی مدد سے ایسے کارآمد آلات سے زیادہ سے زیادہ فائدہ اٹھایا جا سکے گا۔

ماضی قریب میں نیویارک میں موجود پی ٹی آئی کے دفتر میں کافی توسیع کی گئی ہے۔ لندن دفاتر کو بھی جدید آلات سے آراستہ کیا گیا ہے۔ آں جہانی وزیر اعظم اندرا گاندھی کی اچانک موت کی خبر سب سے پہلے پی ٹی آئی نے ہی دی تھی۔

ایجنسی کے ملازمین میں تقسیم کے لیے ایک سہ ماہی رسالہ جاری کیا گیا ہے جس کا نام ''پی ٹی آئی ہاؤس جرنل P.T.I House Journal ہے۔ اس میں ایجنسی اور عملہ سے متعلق خبریں شائع کی جاتی ہیں۔ فیڈریشن آف پی ٹی آئی ایمپلائز یونین Federation of P.T.I Employees union کہلاتی ہے۔ ایک تازہ معاہدہ کے تحت ایجنسی اور فیڈریشن کے مابین یہ طے ہوا ہے کہ کمپیوٹروں کے استعمال کی وجہ سے کسی کی ملازمت، ترقی یا کسی اور حیثیت پر کوئی اثر نہیں پڑے گا۔

یونائیٹڈ نیوز آف انڈیا

یو، این آئی بمعنی یونائیٹڈ نیوز آف انڈیا United News of India ہندوستان کی دوسری بڑی اور مقبول خبر رساں ایجنسی ہے۔ جو مارچ 1961ء سے سرگرمِ عمل ہے۔ پانچ سو سے زیادہ اخبارات روزانہ اس ادارہ سے خبریں حاصل کرتے ہیں۔ اخبارات کے علاوہ وزیر اعظم، مرکزی وزراء۔ ریاستی حکومتیں، سرکاری اور نیم سرکاری ادارے، صنعتی اور غیر صنعتی تجارت گاہیں۔ بڑے ہوٹل،

ہوائی اڈے اور یونیورسٹیاں وغیرہ بھی یو این آئی کی خبروں کے مستقل خریدار ہیں۔ ملک کے تقریباً ایک سو بڑے اور چھوٹے شہروں سے شائع ہونے والے 14 مختلف زبانوں کے سینکڑوں اخبارات اس کی خدمات سے استفادہ کرتے ہیں۔تقریباً ایک سو ساٹھ چھوٹے اور درمیانی سائز کے اخبارات ایسے ہیں جو صرف یو این آئی کی خبروں پر قناعت کرتے ہیں۔ایک اندازے کے مطابق روزانہ یو این آئی کی فراہم کردہ خبریں ساڑھے پانچ کروڑ قارئین کی نظر سے گذرتی ہیں۔ ہندوستان کی 22 ریاستوں اور جملہ یونین علاقوں میں اس کی شاخیں قائم ہیں،بعض ریاستوں میں متعدد شاخیں برسر عمل ہیں۔یو این آئی کے تاروں کا جال ستر ہزار کلو میٹر پر پھیلا ہوا ہے ٹیلی پرنٹر کے ذریعہ ہر خریدار کو روزانہ کم از کم ایک لاکھ الفاظ پر مشتمل خبریں فراہم کی جاتی ہیں۔ ملک کے تین سو سے زیادہ چھوٹے بڑے شہروں میں اس کے نامہ نگار خبریں جمع کرنے میں مشغول رہتے ہیں۔غیر مما لک میں سترہ خصوصی نامہ نگار متعین ہیں۔تقریباً بیس غیر ملکی خبر رساں ایجنسیوں سے اس کے عملی اشتراک کے تعلقات ہیں۔

یو این آئی کی خبروں کی خدمت سب کے لیے یکساں ہے۔پی ٹی آئی کی طرح یو این آئی ،اے ، بی اور سی سروس کی تخصیص نہیں ہے۔ بڑے ، درمیانہ سائز اور چھوٹے اخبارات کو ایک ہی نوعیت اور مقدار کی خبریں فراہم کی جاتی ہیں۔اس کی وجہ سے چھوٹے اخبارات کو کافی سہولت ہے۔عنقریب یو این آئی کی جانب سے اخباری تصاویر کی فراہمی کے لیے ایک نیا شعبہ قائم کیا جارہا ہے۔اس کے تحت قومی سطح پر تازہ ترین اخباری تصاویر تمام خریدار اخبارات کو فروخت کرنے کا اہتمام کرنے لگا۔ایک بین الاقوامی فیچر سروس کے قیام کے منصوبوں پر بھی کام شروع

ہو چکا ہے۔ ادارہ کے کئی شعبوں میں جدید ترین کمپیوٹروں سے مدد لی جا رہی ہے۔ خلیجی ممالک کو ہندوستانی خبریں یو این آئی کی جانب سے بذریعہ مصنوعی سیارہ بھیجی جاتی ہیں۔ جس کے لیے خصوصی انتظامات ہیں۔ مقابلتاً یو این آئی ارزاں نرخوں پر خبریں فراہم کرتا ہے۔ جس کی وجہ سے ہندوستانی زبانوں کے اخبارات اور خصوصاً چھوٹے اخبارات یو این آئی کو ترجیح دیتے ہیں۔ تقریباً 40 آکاش وانی اور دور درشن مراکز یو این آئی کی خبریں حاصل کرتے ہیں، نئی دہلی کے پالم اور بمبئی کے سانتا کروز ہوائی اڈوں پر یو این آئی کے ٹیلی پرنٹر لگے ہوئے ہیں۔ نئی دہلی کے کئی غیر ملکی اخبارات کے خصوصی نامہ نگار اور متعدد ریڈیو اور ٹیلی ویژن مراکز کے نمائندے اپنے دفاتر میں یو این آئی کی خبریں حاصل کر کے مستفید ہوتے ہیں۔ بڈاپسٹ، بون، کولمبو، ڈھاکہ دوحہ (قطر) دبئی ہانگ، کانگ، کھٹمنڈو، کویت، لندن، ماسکو نیروبی واشنگٹن، نیویارک، سنگاپور، پورٹ لوئی (موریشس)، اسلام آباد اور جدہ (سعودی عرب) میں یو این آئی کے خصوصی نمائندے کل وقتی طور پر مامور ہیں۔ یو این آئی نے مندرجہ ذیل دیگر غیر ملکی خبر رساں ایجنسیوں سے خبروں کے باہمی تبادلہ کے معاہدے کر رکھے ہیں:۔

اگر پریس Ager Press (رومانیہ)، ایسوسی ایٹڈ پریس آف امریکہ ان سا Ansa (اٹلی)، بختار Bakhtar (افغانستان)، سے ٹی کا Ceteka (زیکو سلواکیا)، ڈی پی اے (مغربی جرمنی)، گلف نیوز ایجنسی (بحرین)، عراقی نیوز ایجنسی، جی جی پریس JIJI Press (جاپان) کونا Kuna (کویت) ایم ٹی آئی (ہنگری) پارس Paas (ایران) تاس Tass (روس)، وی این اے (ویت نام) این ہوا Xinhua (چین)، ڈبلیو اے ایم (یونائیٹڈ عرب ایمرائٹس یعنی متحدہ عرب

امارات اور قطر نیوز ایجنسی دوحہ۔

عام خبروں کی فراہمی کے علاوہ یو این ائی نے مختلف نوعیت کی خبریں اور ماہرانہ رائیں فراہم کرنے کی غرض سے مندرجہ ذیل خدمات کا سلسلہ شروع کر رکھا ہے:۔

ا۔ یو این ای، این UNEN کے نام سے دنیا بھر سے ایندھن سے متعلق خبریں جمع کی جاتی ہیں۔ تیل کی وجہ سے دنیا کے کئی سیاسی اور اقتصادی مسائل گہرے طور پر متاثر ہوتے ہیں۔ بڑھتی ہوئی تیل کی قیمتوں کی وجہ سے دنیا کے کئی مما لک میں مختلف اقسام کے بحران پیدا ہوتے رہے ہیں۔ ہمعصر جدید تکنیکی دنیا میں تیل کی مانگ میں مسلسل اضافہ ہوتا جا رہا ہے۔ تیل فراہم کرنے والے مما لک کے بدلتے ہوئے رویوں کا براہ راست اثر غیر ملکی حالات پر پڑتا رہتا ہے۔ دنیا بھر کی حکومتیں تیل کے استعمال اور مصارف میں کمی لانے کے لیے طرح طرح کی ترکیبیں اپنانے لگی ہیں۔ تقریباً ہر ملک کی صنعتی پیداوار اور ترقی پر مسلسل بڑھتی ہوئی تیل کی قیمتوں کا اثر پڑتا ہے اور ہر بار نئی پریشانی سے مما لک دوچار ہوتے رہتے ہیں۔ ہر جگہ تیل کی متبادل شے کی تلاش جاری تو ہے مگر کہیں بھی خاطر خواہ کامیابی نہیں ہو رہی ہے۔ سائنس دان، صنعت کار اور حکومتوں کے سربراہ سرگرداں ہیں کہ ان مسائل کی وجہ سے دنیا بھر میں تیل کی قوت، قیمت اور پیداوار سے متعلق خبروں کی مانگ میں زبردست اضافہ ہو گیا ہے اور اس مانگ کو پورا کرنے کے لیے یو این آئی ایز جی نیوز Energy News Service سروس شروع کی گئی ہے۔ اخبارات کے علاوہ یہ خدمت اقتصادی اداروں، علمی اور تحقیقی مراکز اور حکومتی اداروں کے لیے کافی افادیت رکھتی ہے۔ دنیا

بھر سے تیل کی صنعت اور تمام متعلقہ معلومات کو جمع کر کے اہم تفصیلات مختصر مگر جامع صورت میں فراہم کی جاتی ہیں۔ ہندوستان اس شعبہ عمل میں ہوئی ترقی کی کوششوں کو فوقیت دی جاتی ہے۔ یہ خدمت صرف انگریزی زبان میں مل سکتی ہے۔ مستند اعداد و شمار اور تیز رفتار فراہمی کی وجہ سے دنیا کے کئی ممالک میں اس خدمت سے خاطر خواہ استفادہ کیا جا رہا ہے۔ اس خدمت میں تیل برآمد کرنے والے ممالک کی انجمن یعنی اوپیک Opec یعنی Organisation of Petroleum Exporting Countries سے متعلق خبروں کو زیادہ اہمیت دی جاتی ہے۔ دنیا بھر کے تیل برآمد کرنے والے ممالک کی خبریں اور رائیں ضروری پس منظر کے ساتھ واضح کی جاتی ہیں۔ خام تیل، پیداوار، تیل کی صفائی اور تقسیم جیسے موضوعات پر روشنی ڈالی جاتی ہے۔ درآمد کرنے والے اور برآمد کرنے والے دونوں ممالک کے نظریات کو یکساں اہمیت بخشی جاتی ہے۔ قیمتوں اور تیل کی کھپت سے متعلق اعداد و شمار پر مشتمل جائزے فراہم ہوتے ہیں۔ چونکہ یہ خدمت اپنی نوعیت کی آپ ہے اس لیے کافی مقبولیت اور وقعت کی مالک ہے۔

۲۔ جدید زندگی میں بینکوں اور سرمایہ کاری کی اہمیت دن بہ دن بڑھتی جارہی ہے۔ کسی بھی ملک کی معاشی فلاح و بہبود میں بینکوں اور سرمایہ لگانے والے اداروں کا ایک اہم اور موثر مقام ہے۔ مالیاتی امور میں تازہ ترین معلومات کی بہت زیادہ اہمیت ہوا کرتی ہے۔ یو این آئی نے فائنانشیل نیوز سروس کو بہت زیادہ اہمیت ہوا کرتی ہے۔ یو این آئی نے فائنانشیل نیوز سروس Financial News Service کے نام سے ایک خصوصی

خدمت شروع کر رکھی ہے جو بینکوں اور دیگر مالیاتی اداروں کے لیے کافی مفید ثابت ہو رہی ہے۔اس کے ذریعہ علاوہ او رتفصیلات کے جو معلومات فراہم ہوتی ہیں وہ مندرجہ ذیل ہیں:۔

الف۔ زرمبادلہ کے تازہ ترین نرخ

ب۔ امریکی ڈالر کے تازہ ترین نرخ

ج۔ عالمی منڈیوں میں چاندی اور سونے کے تازہ ترین نرخ

د۔ سرمایہ کاری کے تازہ ترین رجحانات

ہ۔ مختلف عالمی منڈیوں میں بڑھنے والی اور گرنے والی قیمتوں کے رجحانات کے ماہرانہ اور مدلل جائزے۔

دنیا بھر کے تقریبا چالیس ممالک میں ایک سے زائد بینک اور مالیاتی ادارے اس خصوصی خدمت کے خریدار ہیں۔ زیادہ سے زیادہ مستقل خریداروں کو حاصل کرنے کی غرض سے خریداری کے نرخ واجبی رکھے گئے ہیں۔اس عالمی سروس کے علاوہ ہندوستانی بینکوں کے لیے ٹیلی پرنٹر کے ذریعہ بینکوں سے متعلق خصوصی خبروں اور جائزوں کی ایک خصوصی خدمت یو این آئی بینکنگ نیوز سروس UNI Banking News Service کہلاتی ہے۔اس کے ذریعہ ملک کے اہم صرافہ بازاروں کے نرخ مہیا کیے جاتے ہیں۔بینکوں کی پالیسیوں اور نئی خدمات کے بارے میں معلومات جمع کر کے تیز رفتاری سے خریداروں کو بھیجی جاتی ہیں۔صنعت وحرفت سے متعلق کئی اہم اور ضروری معلومات اندرون ملک اور غیر ملک سے خصوصی انتظامات کے تحت حاصل کیجاتی ہیں۔ ہندوستان بھر کی تقریبا 120 اہم

منڈیوں کے نرخ مستقل طور پر جمع کیے جاتے ہیں۔ پندرہ اہم غیر ممالک کی 30 بین الاقوامی اہمیت والی منڈیوں کے نرخ حاصل کر کے خریداروں کو فراہم کیے جاتے ہیں۔ کپاس، سوتی کپڑے، پٹ سن، مصنوعی سوت، اون، کافی ربر، چائے وغیرہ کے نرخ زیادہ تفصیل کے ساتھ بھیجے جاتے ہیں۔ ہر اہم تجارت کی مدد کے لیے سوکھے میوے، کیمیائی اشیاء، دال، گڑ کھانڈ، چمڑے، معدنیات، تیل کے بیج، مسالے جیسی مختلف اشیاء کے نرخ ضروری جائزوں اور مستقبل کی قیمتوں کے بارے میں اندازوں کے ساتھ روانہ کی جاتی ہیں۔ غیر ملکی تجارتی منڈیوں کی اہم قیمتوں کے لیے یو این آئی نے مصنوعی سیارہ کی مدد کا اہتمام کیا ہے۔

ایسوسی ایٹڈ پریس، ڈو جونس A.P. Dow Jones نامی مشہور مالیاتی خبر رساں ایجنسی کے اشتراک عمل سے امریکہ اور دیگر اہم عالمی منڈیوں سے تازہ ترین نرخ حاصل کیے جاتے ہیں۔ دنیا کی بڑی تھوک منڈیوں اور مصروف بازاروں سے کوکو، کافی، تانبہ کپاس، سونا چاندی، چینی وغیرہ اشیا کے نرخ جمع کیے جاتے ہیں۔

۳۔ یونی کان □ Unicon یعنی یو این آئی ایکنامک سروس UNI Economic Service کے ذریعہ سال بھر اقتصادی خبریں اور جائزے بذریعہ ہوائی ڈاک بھیجنے کا اہتمام ہے۔ صنعت و حرفت سے متعلق تمام ضروری اور تازہ ترین معلومات جمع کر کے اقتصادی خبر نامہ میں درج کی جاتی ہیں جس سے سرمایہ لگانے والوں کی صحیح رہنمائی ہوتی ہے۔ اس خصوصی مقصد کے لیے یو این آئی نے تقریباً 200 مقامات پر 250 خصوصی

اقتصادی معاملات کے نامہ نگار متعین کر رکھے ہیں۔ غیر ملکی اقتصادی خبریں حاصل کرنے کے لیے تقریباً ایک درجن غیر ملکی خبر رساں ایجنسیوں سے باہمی تبادلہ کے معاہدے ہوتے ہیں۔ اس خدمت کے لیے خاص طور سے ایسی خبریں اور مددگار نکتے حاصل کرنے کی کوشش کی جاتی ہے جو دیگر اخبارات ورسائل میں شائع نہیں ہوتے۔

۴۔ آزادی کے بعد ہندوستان میں کافی زرعی ترقی ہوئی ہے۔ کاشت کاری کے جدید ذرائع، کھاد، نئے آلات اور اوزار وغیرہ سے متعلق تازہ ترین اطلاعات کی فراہمی کے لیے جولائی 1970ء سے یو این آئی نے اگری کلچر نیوز اینڈ فیچر سروس Agriculture News and Feature Service کے نام سے خصوصی خدمت جاری کر رکھی ہے۔ پانچ ہزار سے لے کر ساڑھے سات ہزار تک الفاظ پر مشتمل معلومات انگریزی اور گجراتی زبانوں میں مہیا کی جاتی ہیں۔ زرعی کالجوں اور یونیورسٹیوں کے طلبہ کے لیے یہ ایک بہترین حوالہ جاتی خدمت ہے۔ ایسے تجارتی اداروں جو زراعتی آلات اور دیگر متعلقہ اشیا کی خرید وفروخت میں مصروف ہیں۔ اس خدمت سے زیادہ فائدہ اٹھا سکتے ہیں، کئی قومی اور بین الاقوامی زراعتی اور عمومی علمی تحقیقی ادارے اس کے خریدار ہیں۔ زراعتی نکتوں پر مشتمل تحقیقی مقالے بھی خریداروں کو بھیجے جاتے ہیں۔ غیر ملکی تازہ ترین زرعی معلومات بھی فراہم کی جاتی ہے۔ زراعت کے نت نئے طریقوں اور آزمائشوں پر روشنی ڈالی جاتی ہے۔

۵۔ یو این آئی کمرشل نیوز سروس UNI Commercial News

Service کے نام سے ایک خصوصی خدمت ٹیلی پرنٹروں کے ذریعہ جاری ہے جس میں اہم تجارتی مراکز کو تازہ ترین معلومات حاصل ہو جاتی ہیں۔

۶۔ یو این آئی لینگویج نیوز سروس UNI Language News Service نامی خدمت کے تحت ہندوستانی زبانوں کے اخبارات کی سہولت کے لیے تازہ ترین خبریں ٹیلی پرنٹر کے ذریعہ فراہم کرنے کا اہتمام ہے۔

۷۔ یو این آئی اوورسیز نیوز اینڈ فیچرس UNI Overseas News and Features کے تحت عالمی دلچسپی کی خبریں اور دلچسپ فیچر خریدار اخبارات کو بھیجنے کا انتظام ہے۔ اکثر و بیشتر یہ فیچر متعلقہ تصاویر کے ساتھ بھیجے جاتے ہیں۔

۸۔ یو این آئی اسپورٹس سروس UNI Sports Service کے نام سے کھیل کود کی خبریں خصوصی طور پر زیادہ سے زیادہ تفصیل، جائزوں اور تبصروں کے ساتھ ضرورت مند اخبارات کو ارزاں نرخوں پر بھیجی جاتی ہیں۔

۹۔ یو این آئی بیک گراؤنڈرس UNI Backgrounders کے نام سے یو این آئی کے ریسرچ بیورو کی جانب سے جو پس منظر فراہم کرنے والے خصوصی مقالات تیار ہوتے ہیں وہ اپنی نوعیت کے آپ ہیں اور کافی وقعت سے دیکھے جاتے ہیں۔ مدیران، کالم نگار، خصوصی مقالہ نویس، سیاسی مبصرین، غیر ملکی نامی نگار، سفارت خانوں کے پریس سیکریٹری اور مقابلوں کے امتحانات میں شرکت کرنے والے طلبہ ان حوالہ جاتی مقالات سے خاطر خواہ استفادہ کرتے ہیں۔ یہ پس منظری تحقیقی پرچے متعلقہ مضامین کے مسلمہ ماہرین کی مدد سے تیار کیے جاتے ہیں۔ حالات حاضرہ پر مستند او

رجامع معلومات حاصل کرنے کا یہ ایک بہترین ذریعہ ثابت ہوئے ہیں۔ سیاسیات، اقتصادیات، زراعت، ہوابازی، صنعت وحرفت، تعلیم وتربیت، دفاع، جوہری توانائی، آب پاشی برقی قوت، منصوبہ بندی، سیاحت، فنون لطیفہ، ثقافت امور خارجہ مالیات، بین الاقوامی قانون، سائنس اور تکنالوجی وغیرہ متنوع موضوعات پر تازہ ترین حقائق اور اعدادوشمار کے ساتھ یہ پس منظری مقالے کافی مددگار سمجھے جاتے ہیں۔ اہم اور منتخب مقبول ترین مقالات کتابی صورت میں بھی شائع ہوتے ہیں۔ کسی بھی عمدہ اخبار کے دفتر اور تحقیقی اداروں میں ان پس منظری مقالات کی مستقل خریداری ضروری اور مفید سمجھی جاتی ہے۔

یو این آئی کی مسلسل ترقی اور کامیابی میں اس خبر رساں ادارہ کے چیف ایڈیٹر اور جنرل مینیجر جی۔جی۔میر چندانی کی کوششوں اور محنت کا بڑا حصہ رہا ہے۔

صدر دفتر کا پتہ ہے:

یو این آئی نمبر 9 رفیع مارگ، نئی دہلی 110001

ہندوستان سماچار

''ہندوستان سماچار'' ایک ہمہ لسانی خبر رساں ایجنسی ہے۔ یہ دسمبر 1948ء سے اپنی خدمات مسلسل انجام دے رہی ہے پہلے پہل صرف اخبارات نے اس کی خریداری قبول کی تھی۔ آج ملک کی بیشتر ریاستوں میں اس ایجنسی کی شاخیں قائم ہیں اور سینکڑوں ''ہندوستانی زبانوں میں شائع ہونیوالے اخبارات'' اس کی خدمات سے مستفید ہورہے ہیں۔ امداد باہمی کے اصولوں پر چلائی جانے والی پہلی خبر رساں

ایجنسی ہے اس کی ملکیت جون 1957ء میں ایک کوآپریٹیو سوسائٹی میں تبدیل ہوئی تھی۔

دیوناگری رسم الخط میں ٹیلی پرنٹر پر خبریں فراہم کرنے کا سلسلہ 1954ء میں شروع کرکے ہندوستان سماچار نے ایک تاریخی کارنامہ سرانجام دیا ہے۔آغاز سے اب تک ''ہندوستان سماچار'' نے ہندوستانی زبانوں کے اخبارات کی عموماً اور ہندی اخبارات کی خصوصاً بہت بڑی خدمت کی ہے۔ نیپال کے انگریزی اخبارات اور ریڈیو اسٹیشن اس کی خبروں کے مستقل خریدار ہیں۔دیہی علاقوں کی خبریں خصوصیت کے ساتھ جمع کی جاتی ہیں۔علاقائی اخبارات کو ہندوستان سماچار'' کی خدمت سے تقویت ملتی ہے۔اس ایجنسی کی ترقی میں ڈاکٹر ہرے کرشنا مہتاب کا نمایاں حصہ رہا ہے۔کھٹمنڈو اور گانگ ٹاک (سکم) میں بھی اس کی شاخیں قائم ہیں۔ یکم فروری 1976ء سے پی ٹی آئی، یو این آئی، ہندوستان سماچار اور سماچار بھارتی نامی چار ہندوستانی خبر رساں ایجنسیوں کو ضم کرکے ایک ہی قومی خبر رساں ایجنسی ''سماچار'' کے نام سے جاری کی گئی۔مگر یہ انضمام سودمند اور مقبول ثابت نہ ہوا۔پورا منصوبہ ناکام ہوا اور 14 اپریل 1978ء سے یہ چاروں ایجنسیاں دوبارہ اپنے اپنے منصب پر آ گئیں۔ دیگر تین ایجنسیوں کی طرح ''ہندوستان سماچار'' بھی اب آزادانہ طور پر اپنی خدمات حسب معمول انجام دے رہی ہے۔حال ہی میں اس کی خدمات میں کافی توسیع کی گئی ہے۔''یگ وارتا'' کے نام سے فیچر سروس کا آغاز ہوا ہے۔ ہندوستان وارشکی ایک ہندی سال نامہ Year Book ہے جس میں معلومات عامہ اور ضروری حوالہ جاتی مواد اکٹھا رہتا ہے۔

ہندوستان سماچار کی اہم شاخیں چندی گڑھ، جالندھر جے پور، جودھپور، لکھنو

وارانسی، پٹنہ، کلکتہ بھوپال اندور، ناگپور، بمبئی پونے، گوواہتی، کٹکاشیلانگ اوراحمد آباد میں سرگرم عمل ہیں۔ یہ تمام دفاتر ہندی ٹیلی پرنٹر سے جڑے ہوئے ہیں۔

سماچار بھارتی

''سماچار بھارتی ''نامی خبر رساں ایجنسی 2 اکتوبر 1966ء سے اپنی خدمات انجام دے رہی ہیں۔ اس ایجنسی کو بھی ہمہ لسانی ایجنسی کہلانے کا فخر حاصل ہے کیونکہ یہ ہندی اور دیگر کئی ہندوستانی زبانوں میں خبریں مہیا کرتی رہی ہے۔ ملک کی متعدد ریاستوں کے صدر مقامات اور دیگر کئی اہم شہروں میں اس کی شاخیں موجود ہیں۔ سماچار بھارتی کی جانب سے بھی فیچر فراہم کیے جاتے ہیں۔ راجدھانی کی چٹھی ''نامی مستقل فیچر کے تحت دارالسلطنت دہلی کا شب و روز کا جائزہ پیش کیا جاتا ہے۔ سمسد سیمیکشا کے عنوان سے پارلیمنٹ کی کاروائیوں کی ایک جامع رپورٹ بھیجی جاتی ہے۔ پردیش پری کرم نامی فیچر کے ذریعہ مختلف ہندوستانی ریاستوں کی اہم سیاسی معلومات فراہم کی جاتی ہیں۔ انتر راشٹریہ رنگ منچ کے تحت بین الاقوامی حالات حاضرہ پر روشنی ڈالی جاتی ہے۔ مشہور قومی قائد جے پرکاش نارائن اس مختصر مگر اہم ایجنسی کے ایک طویل عرصہ تک صدر رہے تھے۔

غیر جانب دارانہ نیوز پول

غیر جانب دارانہ ممالک کے وزرائے اطلاعات کی ایک اہم نشست جولائی 1967ء میں نئی دہلی میں منعقد ہوئی تھی۔ تمام شرکاء نے اس بات پر غم و غصہ کا اظہار کیا کہ مغربی ممالک کی اہم خبر رساں ایجنسیاں جان بوجھ کر ترقی پسند ممالک کے بارے میں خبروں کو دبا دیتی ہے۔ سبھی نے اس بات پر اتفاق کیا کہ مغربی ایجنسیاں

ایک تو پسماندہ ممالک کو کوئی اہمیت نہیں دیتی ہیں اور اگر کبھی کبھار خبریں دی جاتی ہیں تو ان کی مقدار کم ہوتی ہے۔اور رویہ متعصبانہ ہوتا ہے۔مغربی دنیا کے ایسے تنگ نظر اداروں کا ڈٹ کر مقابلہ کرنے کی غرض سے تمام اراکین نے اس تجویز سے اتفاق کیا کہ تمام غیر جانب دارانہ ممالک کی نیوز ایجنسیوں کا ایک مشترکہ پول Pool یا مجموعہ بنایا جائے ۔سب نے محسوس کیا کہ اجارہ داری میں ملوث بین الاقوامی خبر رساں ایجنسیاں ترقی پذیر ملکوں کے بارے میں یکطرفہ تعصب آمیز اور حد درجہ مختصر خبریں فراہم کرتی ہیں جس سے عالمی سطح پر تیسری دنیا Third World کے ممالک کا عکس غلط پیش ہو رہا ہے۔

بحث و مباحثہ کے دوران اس بات کا بھی خدشہ ظاہر کیا گیا کہ ٹیلی ویژن اور اطلاعاتی سیاوروں کی بڑھتی ہوئی مقبولیت کی وجہ سے یہ مسئلہ زیادہ سنجیدگی اختیار کرتا جا رہا ہے۔اس ضرورت پر سب نے زور دیا کہ مغربی اثرات کا سامنا کرنے کے لیے ترقی کی جانب بڑھتے ہوئے ممالک کے اپنے ابلاغ کے ذرائع زیادہ متحد اور مستحکم ہوں۔

ترقی پذیر Developing اور غیر ترقی یافتہ Undeveloped یا بہت کم ترقی یافتہ underdevelped ممالک کے وزرائے اطلاعات کے اس فیصلہ سے مغربی خبر رساں ایجنسیوں کو بہت صدمہ ہوا۔انہیں اس بات کا بھی بہت رنج ہوا کہ اقوام متحدہ کے تعلیمی، سائنسی اور ثقافتی ادارے، یونیسکو Unesco نے بھی مجوزہ نیوز پول کی حمایت کی تھی ۔انہوں نے الزام تراشا کہ ایسا انتظام آزادی پریس کے اصولوں کے خلاف ہے ۔طرح طرح سے اس اقدام کو شر پسند، غیر عملی اور پر خطر بتایا گیا۔ ہر طریقہ سے اس تجویز کی مخالفت کر کے منصوبہ کو ناکام بنانے کی کوشش کی

گئی۔

مگر بین الاقوامی حلقوں میں غیر جانب دارانہ ممالک کی تحریک کا یہ اقدام سب سے زیادہ اہم دوررس اور موثر مانا گیا۔ نئی دہلی کی اس نشست ہی میں فوری اور عملی طریقے ڈھونڈے گئے کہ کس طرح مغربی خبر رساں ایجنسیوں کے تعصب کا مقابلہ کیا جائے۔ اور کس طرح تیسری دنیا کے ممالک کے مسائل اور کامرانیوں کو دنیا کے سامنے اجاگر کیا جائے۔ ساری کوشش یہی ہے کہ ایک نیا عالمی معلوماتی نظام قائم او ر مستحکم ہو جائے۔ افریقہ ایشیا اور لاطینی امریکہ میں 152 ایسے پسماندہ ممالک ہیں جو فی الوقت ہر ممکنہ ترقی کی سعی میں مصروف ہیں۔ پانچ روز کے گہرے بحث و مباحثہ کے بعد ایک منشور تیار کیا گیا۔

منشور میں سب سے پہلے اس بات کا اعادہ کیا گیا کہ موجودہ دنیا میں خبروں کی ترسیل میں اعتدال کا فقدان ہے، عالمی سطح پر تقسیم ہونے والی خبروں میں انصاف سے کام نہیں لیا جا رہا ہے۔ ہر خبر میں کچھ نہ کچھ عصبیت نہاں یا نمایاں رہتی ہے۔ اس بات کو ضروری سمجھا گیا کہ اطلاعاتی ذریعوں کو چند خودغرضانہ اداروں کے غیر منصفانہ رویہ سے نجات دلائی جائے۔ اس بات پر زیادہ زور دیا گیا کہ نوآبادیاتی نظام کی ذہنیت رکھنے والے ایسے رویوں کا قلع قمع کرنے کے لیے مشترکہ کوششوں کا ہونا ضروری ہے۔ سفارش کی گئی کہ تمام غیر جانب دار ممالک آزادی اطلاعات کی اس تحریک میں بھرپور اشتراک کریں۔

اسی نشست میں غیر جانب دار نیوز پول کے اغراض و مقاصد اور طریقہ عمل کا ایک مبسوط خاکہ تیار کر لیا گیا۔ غایت یہ بتائی گئی کہ مغربی خبر رساں ایجنسیوں پر تکیہ کیے بغیر قومی خبروں کو زیادہ صحیح طریقہ پر پیش کیا جائے۔ تمام غیر جانب دار ممالک کی

خبر رساں ایجنسیوں میں باہمی اشتراک رہے۔

جب سے اس پول کے ذریعہ اہم خبریں تقسیم ہونے لگی ہیں ایشیائی، افریقی اور لاطینی امریکی ممالک سے آنے والی خبروں کی مقدار میں اضافہ ہوا ہے اور خبروں کے معیار میں یقینی طور پر بلندی آئی ہے۔ حالات اور واقعات صحیح صورت میں پیش کیے جا رہے ہیں۔ تمام ترقی پسند ممالک کی سیاسی اور سماجی تبدیلیوں کی خبریں صحیح عکاسی اور ترجمانی کیساتھ شائع ہو رہی ہیں۔ اس پول سے یہ فائدہ بھی ہوا ہے کہ ہر ملک کو دوسرے ترقی پذیر ممالک کے بارے میں عمیق اور مستند رپورٹیں دستیاب ہو رہی ہیں۔

فی الوقت جو 21 خبر رساں ایجنسیاں ''غیر جانب دار پول'' میں شامل ہیں ان کی فہرست حس ذیل ہے:۔

ایجنسی کا نام	ملک کا نام	
ا۔نوٹی میکس	میکسیکو	Notimex
۲۔بیرنامہ	ملیشیا	Bernama
۳۔عراق نیوز ایجنسی	عراق	Iraq News Agency
۴۔قطر نیوز ایجنسی	قطر	Qatar News Agency
۵۔انتارا	انڈونیشیا	Antara
۶۔کینیا نیوز ایجنسی	کینیا	Kenya News Agency
۷۔پریسنا لاٹینا	کیوبا	Presna Latina
۸۔ایتھوپین نیوز ایجنسی	ایتھوپیا	Ethiopian News Agency
۹۔مڈل ایسٹ نیوز ایجنسی	مصر	Middle East News

AGency

۱۰۔سوڈان نیوز ایجنسی سوڈان Sudan News Agency

۱۱۔زامبیا نیوز ایجنسی زامبیا Zambia News agency

۱۲۔تان جگ یوگوسلاویہ Tanjug

۱۳۔عرب (افریقن نیوز ایجنسی لیبیا Arab (African) News

Agency

۱۴۔الجیریَن پریس سروس الجزائر Algerian Press

Service

۱۵۔ماپرس مراقش Mapress

۱۶۔گھانا نیوز ایجنسی گھانا Ghana News Agency

۱۷۔شی ہاتا تنزانیہ Shihata

۱۸۔بی ایس ایس بنگلہ دیش B.S.S

۱۹۔سری لنکا براڈ کاسٹنگ کارپوریشن سری لنکا Sri Lanka

Broadcasting Corporation

۲۰۔راشٹریہ سمواد سمیتی نیپال Rashtriya Samvad

Samithi

۲۱۔ویت نام نیوز ایجنسی ویت نام Veitnam News

Agency

ہندوستان میں اوسطا روزانہ ایک ہزار الفاظ پر مشتمل افریقی ایشائی خبریں مہیا ہوتی ہیں۔ روزانہ فراہم ہونے والی خبروں کا اوسط پانچ یا پندرہ ہے۔ تکنیکی اعتبار

سے غیر جانب دار پول قابل عمل پایا گیا ہے۔ یونیسکو کی جانب سے کئی طرح کی مدد مسلسل مل رہی ہے۔ غیر جانب دار نیوز پول کا عین مقصد اخبارات کو چار بڑی مغربی رساں ایجنسیوں کے غلبہ سے آزاد کرا کر خبروں کی ترسیل میں اجارہ داری کی ہمت شکنی کرتا ہے۔

باب 28

مددگار صحافتی ادارے

کسی بھی اخبار کے دفتر میں خبروں کا ایک خطیر حصہ خبر رساں ایجنسیوں سے حاصل ہوتا ہے۔اس کے بعد اخبار کے مقرر کردہ مستقل اور جز وقتی نامہ نگاروں کی وساطت سے خبری مواد موصول ہوتا ہے ۔ رضا کارانہ طور پر بھیجی جانی والی خبروں کی مقدار کم ہوتی ہے مگر ان میں تشہیری عنصر زیادہ ہوتا ہے۔ غیر خبری یعنی Non Newsمواد کے لیے اخبارات و رسائل زیادہ تر سینڈیکیٹ اداروں پر بھروسہ کرتے ہیں۔ ہندوستان میں بھی ایسے چند ادارے قائم ہیں مگر ان کی مقبولیت میں اتنی پیش رفت نہیں ہوئی ہے جتنی کہ اب تک ہونی چاہیے تھے۔ یہ حقیقت ہے کہ اردو زبان میں سینڈیکیٹ مواد بہت کم دستیاب ہوتا ہے۔

فیچر فراہم کرنے والے ادارے

بین الاقوامی سطح پر فیچر فراہم کرنے والے بعض اداروں نے ہندوستانی اخبارات کی سہولت کے لیے اپنی شاخیں یہاں قائم کی ہیں۔ایسے اداروں سے فراہم ہونے والے مواد میں زیادہ ترجیح کامل پٹیوں Comic Strips کو دی جاتی ہیں۔دیگر مطالعاتی مواد میں بیشتر ایسا ہوتا ہے کہ وہ ہندوستانی قارئین کے ذوق کی ایسی کوئی خاص تسکین نہیں کرتا ۔لہذا ہندوستان کے انگریزی اخبارات ایسے سینڈیکیٹ اداروں سے ملنے والے مسودوں کی فہرست میں ایسے مواد کا انتخاب کرتے ہیں جو ملکی قارئین کی پسند اور تفریح کا باعث ہو۔مختلف ہندوستانی زبانوں میں مطالعاتی

مواد مہیا کرنے والے اداروں کا مستقبل روشن ہے۔ مناسب نرخوں پر عمدہ مواد کے تقسیم کار ادارے زیادہ سے زیادہ تعداد میں قائم ہوں تو بہتر ہے۔

انفا

انڈیا نیوز اینڈ فیچر الائنس (India News and Feature Alliance) نامی ادارہ ملک میں خبریں اور فیچر مضامین کی فراہمی میں مصروف ایک مشہور ادارہ ہے۔ تقریباً چالیس سال تک ہندوستانی صحافت سے متعلق اور ایک عرصہ دراز تک مشہور انگریزی روزنامہ ہندوستان ٹائمز نئی دہلی کے مدیر درگا داس اس کی لگن اور کوششوں سے یہ ادارہ قائم ہوا تھا۔ انہوں نے اپنا ادارہ جاری کرنے سے پہلے ہندوستانی اخبارات کی ضروریات کا گہرا جائزہ لیا تھا۔ وہ امریکی سینڈیکیٹ اداروں کی سطح پر ایک بہترین ادارہ ہندوستان میں قائم کر کے سستے داموں پر ادارتی مواد اور فیچر مضامین ہندوستانی اخبارات کو فراہم کرنے کے خواہش مند تھے۔ نومبر 1959ء میں جاری کردہ یہ ادارہ درگا داس کے خوابوں کی تعبیر بن کر کامیابی سے چل رہا ہے۔

امریکی سینڈیکیٹ اداروں کے طور طریقوں کو ہندوستانی انداز میں اپنا کر اس ادارہ نے کئی ماہر مبصرین، مقالہ نگار، کالم نویس، کارٹونسٹ، پریس فوٹوگرافر اور خصوصی نامہ نگاروں کی خدمات حاصل کیں۔ نئے نئے تجربات کیے گئے۔ پہلے پہل ہندوستانی اخبارات کا رویہ سرد رہا مگر رفتہ رفتہ اس ادارہ کی خدمات کی افادیت اور اہمیت کا اندازہ لگایا گیا۔ کئی جانے پہچانے قلم کاروں نے اپنے اشتراک عمل سے اس ادارہ کی حوصلہ افزائی کی اور اسے پھلنے پھولنے کے مواقع فراہم کیے۔ اس کے ابتدائی دور میں قلمی تعاون سے ہمت افزائی کرنے والوں میں سری پرکاسا، کیلاش ناتھ کاٹجو، جے رام داس دولت رام، ہرے کرشنا مہتاب اور مرارجی ڈیسائی جیسے نامی

گرامی سیاسی مشاہیر پیش پیش تھے۔

آج کل ملک کے سینکڑوں چھوٹے بڑے انگریزی اور ہندوستانی زبانوں کے اخبارات 'انفا'' کی متعدد خدمات سے مستفیض ہو رہے ہیں۔ اعتراف کیا جاتا ہے کہ اس ادارہ نے کئی مصائب کا مقابلہ کر کے ہندوستان میں سینڈیکیٹ طریقہ کار کی مقبولیت کے لیے ناقابل فراموش خدمات انجام دی ہیں۔ واجبی نرخوں پر معیاری مطالعاتی مواد کی فراہمی میں ''انفا'' Infa کی پر خلوص خدمات کا اعتراف کرنا ضروری ہے۔ حالات حاضرہ پر بے لاگ تبصرہ، اس ادارہ کی خصوصیت ہے۔ ہندوستان کی تمام ریاستوں کے سیاسی معاملات پر معتبر تبصرے فراہم ہوتے ہیں زرعی، اقتصادی اور تعلیمی معاملات پر معیاری مقالات بھیجے جاتے ہیں۔ رابطہ عامہ کے لیے صلاح و مشورہ کے لیے ایک علیحدہ شعبہ قائم ہے۔ چھوٹے اخبارات کی ضروریات کی جانب خصوصی توجہ دی جاتی ہے۔ اور انہیں کافی سستے نرخوں پر مواد بھیجا جاتا ہے۔

ہر سال ''انفا پریس اینڈ اڈورٹائزنگ ائیر بک Infa Press and advertising year Book کے نام سے ایک حوالہ جاتی ضخیم کتاب شائع ہوتی ہے جو پریس اور اشتہار بازی سے متعلق ضروری معلومات کا ایک مستند مجموعہ ہوتی ہے۔ اپنی افادیت کے لیے یہ مستحسن نظروں سے دیکھی جاتی ہے۔ کئی معلوماتی مقالات اور اہم پتے اس میں ترتیب وار درج رہتے ہیں۔ ہر اخباری دفتر میں اس سالانہ کتاب کا ہونا ضروری اور مفید سمجھا جاتا ہے۔

اسی سے زیادہ جانے پہچانے مصنف، ادیب، جائزہ نگار، سیاسی مبصر، معاشیاتی ماہرین اور دیگر قلم کار انفا کے لیے مسلسل لکھتے ہیں۔ اس ادارہ کا پتہ ہے:

''انڈیا نیوز اینڈ فیچر الائنس، جیون دیپ، پارلیمنٹ اسٹریٹ نئی دہلی ۱۱۰۰۰۱۔

کنگ فیچرس سینڈیکیٹ

دنیا بھر میں اخباری مواد فراہم کرنے والے سینڈیکیٹ اداروں میں کنگ فیچرس سینڈیکیٹ Kind Features Syndicate کا ایک موقر مقام ہے۔ اس ادارہ کا صدر دفتر نیویارک میں ہے۔ یہ امریکہ کے ایک بہت مشہور اشاعتی ادارہ ہرسٹ کارپوریشن □ Hearst Corporation کا ایک حصہ ہے۔ گذشتہ ستر سالوں سے اس ادارہ نے بیشمار فیچرس دنیا کے کونے کونے میں پھیلے ہوئے ہزاروں اخبارات کو فراہم کیے ہیں۔ ہندوستان میں اڈورٹائزنگ فلمز آف انڈیا پرائیویٹ لمیٹڈ'' نامی ادارہ کی وساطت سے گذشتہ 38 سالوں سے یہ ادارہ اپنی خدمات پیش کررہا ہے۔ یہ صحیح معنوں میں بین الاقوامی سطح پر ایک مقبول صحافتی ادارہ ہے جس کی شاخیں مندرجہ ذیل مقامات پر موجود ہیں:

ایتھنز، بنگ کاک، بوگوبا، بروسلز، بونس آئرس، کیپ ٹاؤن، کوپن ہیگن، ڈبلن، فرینک فرٹ، ہانگ کانگ، استنبول، کراچی، لیما لزبن، لندن میڈرڈ منیلا، میلبورن ، میکسیکو سٹی، ملامانٹے ویڈیو، اوسلو، پیرس، رایوڈی جنیریو، سیان جوز، کاسٹاریکا، سنیتاگو، چلی، پاؤپالو، اسٹاک ہوم سڈنی تائی پائی، تل عفیف، ٹوکیو اور ولنگٹن۔

بلا مبالغہ کنگ فیچرس سینڈیکیٹ دنیا کا اہم ترین اور سب سے بڑا فیچر مواد فراہم کرنے والا ادارہ ہے۔ تقریبا ہر نوعیت کا اخباری مواد اس ادارہ سے بھیجا جاتا ہے۔ اس کے خریدار دنیا کے تقریبا ہر ملک میں پائے جاتے ہیں۔ اس ادارہ سے مندرجہ ذیل موضوعات پر فیچر مواد بھیجا جاتا ہے۔

طنز و مزاح، مہماتی کامک پٹیاں، کارٹون، اداریاتی کالم صحت، طب، اسپورٹس

حسن اور افزائش حسن، تاش، ٹینس، گاف وغیرہ مختلف نوعیت کے معمے، پہیلیاں، چٹکلے، تبسم ریز مختصر تصویریں بھی تیار رہتی ہیں۔ بچوں کی دلچسپی کا مواد ہر ہفتہ کئی صفحات پر مشتمل بنا بنایا مل سکتا ہے۔ قارئین کے ذوق کی ہر شے تیار کرکے رکھی جاتی ہے۔ اور طلب کرنے والے اخبارات کے نام باقاعدگی سے بھیجی جاتی ہے۔ دنیا بھر میں کنگ فیچرس سینڈیکیٹ کی جانب سے بھیجے جانے والی کامل پٹیوں کی زبردست مانگ ہے۔ اس کے فراہم کردہ کامل پٹیوں کے کردار عالمگیر شہرت اور مقبولیت حاصل کرچکے ہیں مثلاً فیاٹم، بلانڈی، مینڈریک یو پی ای، بی ٹل بیلی، فلاش گورڈون وغیرہ۔ ہر عمر کے لوگ ان مستقل کامک Comic سلسلوں سے محفوظ ہوتے رہے ہیں۔

کنگ فیچرس سینڈیکیٹ کی وساطت سے عالمی شہرت یافتہ کارٹونسٹ اور فلم ساز والٹ ڈزنی Walt Disney کی مقبول ترین پٹیاں مثلاً ڈونالڈ ڈک، مکی ماز، دنی دی پوہ، اسکمپ، ڈزنی ٹرشیرری آف کامک ٹیلز وغیرہ۔ اس ادارہ سے بھیجے جانیوالے مواد میں ضابطہ اخلاق کے اصولوں کا خصوصی لحاظ رکھا جاتا ہے۔ اور خاندان کے ہر فرد کی تفریح طبع کے لیے مواد فراہم کرنے کی سعی کی جاتی ہے۔ مدیر بھی اس ادارہ سے آنے والے مواد پر کافی اعتماد رکھتے ہیں کیونکہ تجربہ کار فنکاروں کے اشتراک عمل سے مواد تیار ہوتا ہے اور وقت کی پابندی سے بھیجا جاتا ہے۔

اس ادارہ کی جانب سے چھوٹے اخبارات کو کئی خصوصی رعایتیں دی جاتی ہیں۔ بڑے اخبارات کے مقابلہ میں چھوٹے اخبارات کے لیے انتہائی رعایتی نرخ مقرر کیے جاتے ہیں تاکہ وہ ادرہ کی خدمات سے بھرپور استفادہ کرسکیں۔ اس طرح چھوٹے اخبارات کو بہترین قلم کاروں اور مصوروں کی تخلیقات نہایت واجبی داموں

پر برائے استعمال حاصل ہوجاتی ہے۔ دنیا کے کونے کونے میں پھیلے ہوئے اخبارات کے لیے کنگ فیچرس سینڈیکیٹ اہم خبریں، رائیں تبصرین تعلیمی مواد اور تفریحی مسالہ حاصل کرنے کا ایک قابل اعتبار وسیلہ ہے۔

اسکی جانب سے ہندوستان میں روزانہ اور ہفت روزہ اخبارات دونوں کے لیے مستقل فیچر مواد بھیجے جانے کا اہتمام ہے۔ روزانہ اخبارات کے لیے اتنی مقدار میں مواد بھیجا جاتا ہے جو آسانی سے چھ دن تک استعمال ہوسکتا ہے۔ اتوار کے ایڈیشن میں استعمال کے قابل مواد بھیجا جاتا ہے جو اتوار کے ضمیموں میں یا کسی بھی ہفت روزہ اخبار میں شائع ہوسکتا ہے۔ اتوار کے ایڈیشن کے لیے بھیجے جانے والے کامک مختلف سائزوں میں مہیا ہوتے ہیں۔ اخبار چاہے تو پورے صفحہ کا مواد طلب کرسکتا ہے یا آدھے صفحہ کا ایک چوتھائی صفحہ کا۔ اگر اتوار کے ایڈیشن میں کامک پٹیاں رنگین طبع کرنے کا ارادہ ہو تو Colour Separations بھی مہیا کر دیے جاتے ہیں تا کہ رنگین طباعت میں آسانی ہو۔ احتیاطاً بلیک اینڈ وائٹ ڈرائنگ بھی ساتھ بھیج دی جاتی ہے تا کہ وقت ضرورت بغیر رنگوں کے ''سادہ'' چھپائی کرنی پڑے تو آخری لمحات میں پریشانی نہ ہونے پائے۔ فیچر مواد فراہم کرتے وقت اخبار کی زبان اور علاقائی ضروریات کا خصوصی لحاظ رکھا جاتا ہے۔ اگر اخبار کا دائرہ اشاعت وسیع ہے تو گراں نرخ طلب کیے جاتے ہیں اور اشاعت محدود ہے تو نسبتاً کم نرخ لیے جاتے ہیں۔ اس طرح علاقائی یا دیگر چھوٹے اخبارات پر مواد حاصل کرنے کے لیے زیادہ مالی بوجھ نہیں پڑتا۔ اگر اردو زبان کا کوئی اخبار کسی بھی مواد کے لیے سارے ہندوستان کے لیے حقوق اشاعت حاصل کرنا چاہے تو اسے مناسب رقم پر یہ حق دیے جائیں گے۔ اگر وہ ایسے خصوصی حق کا مطالبہ نہ کرے تو علاقائی بنیاد پر

واجبی نرخ لگائے جاتے ہیں۔

تمام سینڈیکیٹ اداروں کی طرح اس ادارہ سے بھی ہر نوعیت کا مواد ''آرٹ پیپر'' Art Paper پر پروف کی صورت میں بھیجا جاتا ہے۔ اگر روٹاری مشین سے اخبار چھپتا ہے تو مرسلہ آرٹ پروف کی مدد سے لائن یا ہاف ٹون بلاک بڑی آسانی سے بنا لیے جاتے ہیں۔ اور اگر آفسیٹ طباعت کا اہتمام ہے تو پلیٹ بنانے میں کافی تکنیکی آسانی رہتی ہے۔ تمام مواد انگریزی زبان میں بھیجا جاتا ہے۔ اخبار اپنی زبان میں مرسلہ مواد کا ترجمہ شائع کرسکتا ہے یا کارٹون، کامک، ڈرائنگ وغیرہ اپنی اصلی شکل میں شائع کرسکتے ہیں۔ بعض ہندوستانی زبانوں کے اخبارات میں یہ رواج ہے کہ سینڈیکیٹ سے آئے ہوئے مواد کو جوں کا توں یعنی انگریزی الفاظ کے ساتھ شائع کردیا جاتا ہے اور کارٹون یا کامک پٹی کے نیچے متعلقہ زبان میں متن کا ترجمہ دیا جاتا ہے یعنی انگریزی پڑھنے والے ''اصل'' متن سے لطف اندوز ہوسکتے ہیں جبکہ انگریزی نہ جاننے والے ''ترجمہ'' سے فائدہ حاصل کرسکتے ہیں۔ کئی اخبارات اور رسائل میں مکالمے وغیرہ انگریزی کے بجائے متعلقہ زبان کے سینکڑوں اخبارات سینڈیکیٹ مواد سے خاطر خواہ استفادہ کرکے اپنے قارئین کو متنوع مواد پیش کررہے ہیں۔

ہندوستان میں اس کے مواد کی فراہمی بمبئی سے کی جاتی ہے۔ دیگر اور ہندوستانی شہروں میں کوئی شاخ قائم نہیں ہے۔ جب کوئی اخبار کنگ فیچرس سینڈیکیٹ کی خدمات سے مستفید ہونے کے لیے خریداری کی درخواست دیتا ہے تو اسے ایک معاہدہ نامہ یعنی Agreement Form پر دستخط کرنے ہوتے ہیں۔

ہندوستان میں اسکے مواد کی فراہمی بمبئی سے کی جاتی ہے۔ دیگر اور ہندوستانی

شہروں میں کوئی شاخ قائم نہیں ہے ۔ جب کوئی اخبار کنگ فیچرس سینڈیکیٹ کی خدمات سے مستفید ہونے کے لیے خریداری کی درخواست دیتا ہے تو اسے ایک معاہدہ نامہ یعنی Agreement Form پر دستخط کرنے ہوتے ہیں ۔

اس سینڈیکیٹ کے صدر دفتر کا پتہ ہے ۔ کنگ فیچرس سینڈیکیٹ 235 ایسٹ 45th اسٹریٹ نیویارک (یو۔ایس ۔اے)

ہندوستان میں رابطہ کا پتہ ہے :

اڈورٹائزنگ فلمز آف انڈیا (پرائیویٹ) لمیٹڈ، آن لوکر بلڈنگ، سر فیروز شاہ مہتارروڈ فوٹ بمبئی ۱۰۰۰۰۴ ۔

کارٹوگرافک نیوز سروس

کارٹوگرافی Cartography نقشہ نویسی کو کہتے ہیں ۔ نقشے بنانے والا نقشہ نویس، نقشہ نگار، رسام یا کارٹوگرافر Cartographer کہلاتا ہے صرف جغرافیائی امور ہی کے لیے نہیں بلکہ دیگر شعبوں میں تکنیکی طور پر تیار کیے گئے ۔ پلان، یا گراف یا کسی بھی بصری پیکر یعنی Visual کی ضرورت پڑتی ہے ۔ اخبار کے عام قارئین ہمیشہ اپنے پاس نقشوں کی کتاب یعنی اٹلس Atlas نہیں رکھتے ۔ کسی نئی خبر کے ملتے ہی وہ کسی بڑے نقشے یا کرہ (گلوب) سے رجوع نہیں ہوتے ۔ اخبارات کا فرض ہے کہ وہ چھوٹے چھوٹے "ضروری" نقشوں کی مدد سے کسی مقام کی جغرافیائی حیثیت واضح کریں ۔ اس مقصد کے پیش نظر اکثر و بیشتر چھوٹے چھوٹے موزوں نقشے اہم خبروں کے ساتھ شائع کیے جاتے ہیں ۔ ایسے نقشے پلان، گراف، اعداد و شمار کے جائزے وغیرہ آسان نرخوں پر سینڈیکیٹ، سسٹم کے تحت مل جاتے ہیں ۔ ہندوستان میں ایسے ترمیمی مواد فراہم کرنے میں "سی، این، ایس" یعنی کارٹو

گرافک نیوزسروس Cartorgaphic News Service کی خدمات قابل تعریف ہیں۔ ہندوستان اخبارات میں شائع ہونے والے تقریباً تمام نقشوں اور گراف کے مواد پر ''سی، این، ایس'' C.N.S کا نام درج رہتا ہے یا اس مشہور ادارہ کے مدیر کے، بی کمار کے نام کی مناسبت سے KBK حروف کسی کونے میں نمایاں رہتے ہیں۔

کارٹو گرافک نیوز سروس نامی ادارہ 1958ء میں جاری ہوا۔ سب سے پہلے دہلی سے شائع ہونے والے اخبارات کو مختصر نقشے فراہم کیے جاتے تھے۔ رفتہ رفتہ اس طرز صحافت کی مقبولیت بڑھتی گئی۔ آج کی دنیا میں ''نیوز کارٹو گرافی (News Cartograpy) کی اہمیت تسلیم کرلی گئی ہے۔ کسی بھی اہم ترین خبر کے ساتھ متعلقہ نقشے یا اعداد و شمار پر مبنی چارٹ دیے جائیں تو خبر کی افادیت میں زبردست اضافہ ہوتا ہے۔

آغاز کے ابتدائی تین چار سال یہ ادارہ چھوٹے پیمانے پر اپنی خدمات انجام دیتا رہا۔ پہلے پہل اس کی خدمت خوشی یا گرمجوشی سے حاصل نہیں کی گئی۔ مگر کے بی کمار اور ان کے رفقائے کار کو یقین تھا کہ جلد یا بہ دیر اخبارات کے مدیران نقشوں او روضاحتی خاکوں کی خبری اہمیت کا ضرور اندازہ لگائیں گے اور ان کے فراہم کردہ نقشوں کی ملک گیر قدر منزلت ہوگی۔ آج ملک کے تقریباً تمام اہم روزنامہ اخبارات میں اور دیگر رسائل میں ''سی، این، ایس'' کے جاری کردہ چارٹ، گراف، جدول وغیرہ با قاعدگی سے شائع ہو رہے ہیں۔ بطور معاوضہ انگریزی اخبارات سے ایک ہزار روپے لیے جاتے ہیں جبکہ ہندوستانی زبانوں کے اخبارات سے صرف پانچ سو روپے۔

ہندوستان اقتصادی نکتہ نظر سے ایک ترقی پذیر یا مائل بہ ترقی Developing ملک ہے۔ یہاں ترقیاتی کاموں کا سلسلہ باقاعدگی کے ساتھ جاری ہے۔ یہاں سماجی اور معاشی امور میں آئیدن کئی تبدیلیاں ہوتی رہتی ہیں۔ اشیاء کی نرخوں میں اضافہ ہوتا رہتا ہے۔ صنعتی پیداوار میں مسلسل ترقی ہوتی رہتی ہیں۔ اشیاء کی نرخوں میں اضافہ ہوتا رہتا ہے۔ صنعتی پیداوار میں مسلسل ترقی ہوتی رہتی جارہی ہے زرعی سرگرمیاں میں اضافہ ہو رہا ہے۔ عوام کی اوسط آمدنی مسلسل بڑھ رہی ہے۔ آبادی میں روک تھام کے باوجود برابر اضافہ ہو رہا ہے۔ پنج سالہ منصوبوں کی برکت سے ہر شعبہ حیات میں خوشگوار تبدیلیاں رونما ہو رہی ہیں۔ ضرورت ہے کہ اس عظیم تغیر و تبدل کو آسان طریقہ سے قارئین کے سامنے پیش کیا جائے تا کہ وہ ایک نظر میں جان سکیں کہ ترقی کی رفتار کتنی تیز ہے۔ نقشہ نویسی کے باضابطہ فن کی مدد سے کسی بھی اہم پیش قدمی یا کمزوری کی صراحت سہولت اور آسانی سے کی جاسکتی ہے۔ شاذ ہی کوئی موضوع ایسا ہے جو جدول نگاری کی مدد سے سمجھایا نہیں جاسکتا۔ قدرتی حادثات، عظیم جرائم، عام انتخابات، جنگ، جھڑپ، فوجی بغاوت، بجٹ کی پیشی کے دنوں کے اس پاس ایسے تشکیلی خاکہ جات کی اہمیت میں مزید اضافہ ہو جاتا ہے۔

گری لال جین مدیر ٹائمز آف انڈیا بی جی ورگھیز مدیر انڈین ایکسپریس، کالم نویس خوشونت سنگھ، ایس سہائے مدیر اسٹیٹسمین، پریم بھاٹیہ مدیر ٹری بیون جیسے نامی گرامی صحافی کارٹوگرافک نیوز سروس کی مجلس مشاورت کے ارکین ہیں۔

اس ادارہ کی جانب سے تازہ ترین توجہ طلب امور پر درست اور معتبر نقشہ جات اور گراف کافی تمیزی سے تیار کر کے ملک بھر کے خریدار اخبارات کے دفاتر بھیجنے کا معقول اہتمام کیا گیا ہے۔

دفتر کا پتہ ہے:

کارٹوگرافک نیوز سروس، نمبر 13ٹورڈرل لین، نئی دہلی ۱۱۰۰۰۱

تصاویر فراہم کرنے والے ادارے

ذیل میں عالمی سطح پر تصاویر فراہم کرنے والے چند مشہور امریکی اداروں کے پتے درج ہیں:۔

1. ACME Newspictures, Division of N.E.A Service, INC, 461, eight Avenue, New York 1 (NY) USA

2. Central Feature News , Times building, Times square, New York 18 (NY) USA

3. Columbia News Photos, 36 west 54 th street, New York 36 (NY) USA

4. Globe Photos, INC, 152 w., 54 th street, New York 19 (NY) USA

5. International News photos, 235 east, 45th street, New York 17 (NY) USA

6. Keystone pictures, INC., 219E., 44th street, New York 17 (NY) USA

7. Livingstone News and photo Service , 137, sutherland road, Boston 46 Mass. USA

8. Los angeles Times News Bureau, 202 w., First street, Los Angeles (California) USA

9.Medical News service, 14074, L.street., N.W., Washington 5., D.C. USA

10. Religious News service , 38, fourth Avenue, New York 16 (NY) USA

11. United Feature syndicate, 220 E., 42 nd street, New York 17 (NY) USA.

ان کے علاوہ بھی کئی تصاویر اور دیگر صحافتی مواد فراہم کرنے والے ادارے امریکہ، انگلستان، جاپان وغیرہ ممالک میں برسرعمل ہیں جن کے پتے معتبر پریس ڈائرکٹروں یا متعلقہ ممالک کے سفارت خانوں یا اطلاعاتی دفاتر سے حاصل کیے جا سکتے ہیں۔

ہندوستان کے ہر بڑے شہر میں کئی پریس فوٹو گرافر اور خصوصی اسٹوڈیو ہیں جو اخباری تصاویر فراہم کرنے میں مصروف ہیں۔ تازہ ترین واقعات کی تصویریں مرکزی حکومت کی وزارت اطلاعات ونشریات کے ادارہ پریس انفارمیشن بیورو Press informatiion Bureau کے صدر دفتر اور شاخوں سے مفت فراہم کی جاتی ہیں۔ ریاستی سطح پر اطلاعات وتشہیر یا رابطہ عامہ کے سرکاری محکموں سے اخباری تصاویر مفت بہم کی جاتی ہیں۔ فیچر تصاویر کے لیے حکومت ہند کے فوٹو ڈویژن Photo Division سے رابطہ قائم کیا جا سکتا ہے۔ غیر ملکی سفارت خانوں کے پریس شعبوں سے بھی متعلقہ ممالک کی مطلوبہ تصاویر حاصل ہوسکتی ہیں۔ کسی بھی

بڑے سرکاری یا نیم سرکاری صنعتی یا تجارتی ادارے کی ضروری تصاویر کے لیے رابطہ عامہ افسر سے درخواست کی جا سکتی ہے۔ آثار قدیمہ سے متعلق تصاویر درکار ہوں تو آرکیالوجیکل سروے آف انڈیا کے کسی قریبی دفتر سے مدد لی جا سکتی ہے۔

پریس ایشیا انٹرنیشنل

ہندوستان میں سینڈیکیٹ طریقہ عمل کی مقبولیت میں پریس ایشیا انٹرنیشنل Press Asia International نامی ادارہ نے بھی ایک اہم رول ادا کیا ہے۔ کئی مشہور صحافی اس ادارہ کے لیے مختلف کالم اور تبصرے لکھ رہے ہیں۔ دیوان بیر ندرناتھ کی کوششوں سے اس ادارہ نے کافی ترقی کی ہے۔ منورما دیوان نے بھی اپنی محنت اور لگن سے اس ادارہ کو کافی قوت اور وقعت دی ہے۔ اس فیچر سروس کے ذریعے کئی خاص موضوعات پر باقاعدگی سے مضامین مہیا کیے جاتے ہیں۔ نامی گرامی صحافیوں، وقائع نگاروں اور اپنے اپنے موضوعات کے ماہرین کے مقالے اس سروس کے خریداروں کو واجبی نرخوں پر بھیجے جاتے ہیں۔

یہ ادارہ 1970ء میں قائم ہوا اور پہلے پہل روزانہ کم از کم ایک بلیٹن جاری کیا جاتا تھا۔ اب اس کی خدمت میں وسعت آ گئی ہے۔ آج یہ سروس اردو، انگریزی ہندی، گجراتی، مراٹھی اور عربی میں تقریباً ایک سو پچاس ہندوستانی اور تیس سے زائد غیر ملکی جرائد کو پیش کی جا رہی ہے۔ ہر زبان میں بیشتر حالات میں مواد آزادانہ طور پر تیار کر کے بھیجا جاتا ہے البتہ کچھ اہم مضامین مشترک ہوتے ہیں۔ ترجمہ کے دوران متعلقہ زبان کے مزاج کا خصوصی لحاظ رکھا جاتا ہے۔ دیگر اداروں کے مقابلہ میں اس ادارے میں اردو اخبارات سے خصوصی روابط کو ترجیح دی جاتی ہے۔ دفتر کا پتہ ہے:

پریس ایشیا انٹرنیشنل A-19 گل مہر پارک نئی دہلی 110049۔

باب 29

صحافتی تعلیم وتربیت

صحافت ایک ایسا لفظ ہے جو ہر کسی کے جسم میں بجلی کی سی ایک لہر دوڑا دیتا ہے۔ اخبار نویسی ایک سحر طراز پیشہ ہے۔ آج کا اخبار کل کی تاریخ کا پہلا سرسری مسودہ ہے۔ ہر اخبار بننے والی تاریخ کا چشم دید گواہ ہے۔ صحافت کی جانب نوجوان طبقہ اس لیے زیادہ ملتفت ہے کہ صحافت کامیابیوں کے لیے ایک سیڑھی کا درجہ رکھتی ہے۔

صحافت کو ذریعہ روزگار بنانے کے لیے پہلے پہل ہمت شکنی کی جاتی تھی مگر اب حالات اتنی تیزی سے پلٹا کھا رہے ہیں کہ اخبار نویسی سے دلچسپی دکھانے والے نوجوان لڑکوں اور لڑکیوں کی بھرپور حوصلہ افزائی کی جاتی ہے۔ دوست واحباب میں بھی صحافت سے ناطہ جوڑنے والوں کا وقار بڑھ جاتا ہے۔ صحافت عزت، دولت اور شہرت تینوں کے حصول کا ایک بہترین ذریعہ ہے۔

پہلے پہل صحافت کا پیشہ اپنانے کے لیے نوجوان کسی اخبار کے دفتر میں کام سیکھنے کے لیے داخل ہو جاتے تھے اور مفت کام کرنے پر آمادگی ظاہر کرتے تھے۔ چھوٹے موٹے کاموں سے آگے بڑھتے اور وہاں کی تمام سرگرمیوں اور ذمہ داریوں سے آگاہ ہوتے تھے۔ آج بھی نوآموز صحافیوں کو اخبارات میں جگہ دینے کا رواج عام ہے۔

آج کل صحافت کی تعلیم وتربیت کے کئی ادارے کھل گئے ہیں جہاں صحافت کی علمی اور عملی دونوں طرح کی تعلیم دی جاتی ہے۔ اصولی مسئلوں پر طلبہ کو خصوصی لیکچر

دیے جاتے ہیں اور عملی طور پر مشقیں دی جاتی ہیں جن پر محنت کر کے تجربہ بڑھایا جاتا ہے۔ امریکہ اور انگلستان میں صحافت کی تعلیم و تربیت کے ادارے برسوں پہلے ہی کھل گئے تھے۔ 1908ء میں صحافت کا کورس۔ اسکول آف جرنلزم، مسوری یونیورسٹی (امریکہ University of Missour) میں شروع ہوا تھا۔ 1912ء میں امریکہ کی ایک اور مشہور دانش گاہ کولمبیا یونیورسٹی Columbia University ''پلٹزر اسکول آف جرنلزم Pulitzer School of Journalism کا آغاز ہوا۔ اخبار نویسی کے کورس امریکہ میں اتنے مقبول ہوئے کہ جلد ہی کئی دیگر یونیورسٹیوں میں صحافت کے کورس جاری ہو گئے۔ صحافت کی تعلیم و تربیت کے معیار کو بلند کرنے کے لیے 1912ء میں نیشنل کانفرنس آف ٹیچرس آف جرنلزم منعقد ہوئی جس میں منظور شدہ ایک ضروری قرارداد کی بنیاد پر امریکن ایسوسی ایشن آف ٹیچرس آف جرنلزم American Association of Teachers of Journalism کی داغ بیل ڈالی گئی۔ 1917ء میں اس انجمن کے 172 اراکین تھے اور 84 مختلف یونیورسٹیوں میں صحافت کی تعلیم و تربیت شروع کر دی گئی تھی۔ 1948ء میں اراکین کی تعداد بڑھ کر 500 ہو گئی۔ آج کل صحافت کی تعلیم میں مصروف اساتذہ کی تعداد ہزاروں میں ہے۔ امریکہ میں دو طرح کے صحافتی تعلیمی ادارے ہیں۔ پہلے تو وہ مستند ادارے ہے جو بعض معیاروں کا ثبوت دے کر دی ایسوسی ایشن آف اکری ڈے ٹیڈ اسکولس اینڈ ڈپارٹمنٹس آف جرنلزم (The Association of Accredited Schools and departments of Journalism) سے سند نامہ یا Accreditation حاصل کر کے معتبر اور مستند مانے جاتے ہیں۔ یہ ادارہ 1917ء جاری ہوا تھا۔ اس

کے قوانین اور ضوابط سخت ہیں اور اس ادارہ میں غیر منظور شدہ اداروں کو خاطر خواہ وقعت نہیں دی جاتی 1924ء سے یہ ادارہ ایک بہترین، معتبر اور مقبول تحقیقی سہ ماہی رسالہ ''جرنلزم کوارٹرلی (Journalism Quarterly) شائع کر رہا ہے۔ 1946ء سے اس ادارہ کی ساری ذمہ داریاں'' امریکن کونسل آن ایجوکیشن فار جرنلزم نے سنبھال لی ہیں۔ صحافت کی درس گاہوں کے منتظمین کی علاحدہ انجمن ''دی امریکن سوسائٹی آف جرنلزم اسکول اڈمنسٹریٹس'' (The American Society of Journalism School Administrators) کے نام سے سرگرم عمل ہے۔

امریکی یونیورسٹیوں میں صحافت کی تعلیم وتربیت کے معیار کو بڑھانے کی مسلسل اور کامیاب کوششیں کی گئی ہیں۔ اب تک صحافت کے تقریباً ہر پہلو پر سینکڑوں کتابیں شائع ہوچکی ہیں فی الوقت امریکہ میں سات سو سے زیادہ مختلف ادارے صحافت کی تعلیم وتربیت میں مصروف ہیں۔ کئی شعبہ ہائے صحافت کے اپنے ریڈیو اسٹیشن اور ٹیلی ویژن مرکز قائم ہیں۔ بیشتر شعبوں سے روزانہ اخبارات جاری ہوتے ہیں جن کے ذریعہ صحافت کے طلبہ کو عملی تربیت دینے کا اہتمام ہے۔ ایک اندازے کے مطابق ہر سال اوسطاً بیس ہزار طلبہ صحافت کے مختلف کورسوں میں داخلہ لیتے ہیں۔ کئی شعبہ جات میں ڈاکٹریٹ سطح تک تعلیم دی جاتی ہے اور بعض اعلیٰ تعلیمی اداروں میں ڈاکٹریٹ کے بعد بھی مزید اعلیٰ کورسوں کا اہتمام ہے جنہیں (Post Doctoral Courses) کہتے ہیں یعنی صحافت کی ابجد سے تعلیمی کورس کا آغاز ہوتا ہے اور ایسے اعلیٰ ترین کورس ہیں جہاں بہت ہی بلند معیار کی تحقیقی مصروفیات جاری رہتی ہیں۔

صحافتی تعلیم اب ایک مستند، معتبر اور مقبول علمی میدان ہے۔ جہاں صحافتی تعلیم کے انتظامات ہیں وہ ادارے اتنے ہی اہم قرار دیے جاتے ہیں جتنے ایسے اعلیٰ علمی اور تحقیقی ادارے جہاں طب، قانون، معماری یا تقابلی دینیات کی تعلیم، تربیت اور تحقیق کا بلند پایہ اہتمام ہے۔ آج کل بغیر صحافت کے کورس کے کوئی بھی یونیورسٹی نامکمل سمجھی جاتی ہے۔

پہلے پہل امریکہ میں بھی قدامت پرست صحافتی اس بات پر اصرار کرتے تھے کہ صحافت مدرسہ کی جماعت کی چار دیواری میں سکھایا جانے والا ہنر نہیں ہے بلکہ اسے عملی مشق کے ذریعہ ٹھوکریں کھا کر ہی سیکھا جا سکتا ہے۔ مگر بعد میں ان خیالات میں بتدریج تبدیلی آئی کیونکہ باضابطہ کورسوں میں صحافت کی اعلیٰ تعلیم و تربیت کے ساتھ آئے ہوئے نوجوان لڑکوں اور لڑکیوں نے اپنی اہلیت اور تخلیقی صلاحیت سے ثابت کیا کہ علمی سطح کے بعد عملی سطح سے زیادہ فائدہ ہوتے ہیں۔ لوگ عام طور سے کہا کرتے تھے کہ۔ صحافی پیدا ہوتے ہیں اور وہ بنائے نہیں جا سکتے۔'' دراصل یہ بات کہ شاعر پیدا ہوتے ہیں بنائے نہیں جاتے۔'' (Poets are born no made) لوگ عموماً مانتے تھے اور مانتے ہیں۔ کسی نے شاعروں کی جگہ صحافیوں کا لفظ استعمال کر دیے اور یہ محاورہ بھی جڑ پکڑتا گیا۔ جب یونیورسٹیوں سے فارغ التحصیل بی اور ایم اے پاس صحافت کے طلبہ نے جدید قدروں سے اپنی رغبت دکھائی اور تربیت کا فرق بتایا تو معترفین اپنا سا منہ لے کر رہ گئے اور بعض اعتراف بھی کرنے لگے کہ صحافی بنائے بھی جا سکتے ہیں، یعنی صحافت کی صحیح تعلیم اور عملی تربیت کے ذریعہ کسی بھی تعلیم یافتہ، ذہین اور اخبار نویسی کی جانب راغب نوجوان کو صحافت میں اونچا مقام حاصل کرنے کا موقعہ مل سکتا ہے۔ وہ صحافی جو بغیر کسی خصوصی تعلیم کے صحافت

کے پیشہ سے منسلک ہو گئے تھے وہ اس خوف میں مبتلا ہو گئے کہ اگر جدید تربیت یافتہ نوجوان اخبارات کے دفاتر پر چھا گئے تو روایتی طور پر صحافت میں مصروف قدیم لوگوں کی دال نہیں گلے گی۔ ہر طرح سے صحافت کے یونیورسٹی طلبہ کا مذاق اڑایا جاتا تھا۔مگر جلد ہی یہ رویہ ختم کرنا پڑا کیونکہ ذکی اور جدیدیت پسند نوجوان تربیت یافتہ صحافیوں نے کئی نئی راہیں ڈھونڈ نکالیں اور مالکان کو یہ بات ماننی پڑی کہ صحافت کی با قاعدہ تعلیم کے بعد عملی میدان میں آنے والوں کی بھی بڑی اہمیت ہے۔یونیورسٹی اداروں میں صحافت کی تعلیم میں مصروف ماہرین نے بھی اپنے اپنے کروسوں کومضبوط ،مفید اور مقبول بنانے میں محنت کی۔صحافت سے پہلے طلبہ کو پس منظر مضامین مثلاً تاریخ، اقتصادیات، سیاسیات، زبان یعنی لسانیات وغیرہ میں زیادہ دلچسپی لینے کی ہدایت کی گئی تا کہ وہ ضروری امور پر زیادہ سہولت اور اعتماد سے حاوی ہوسکیں۔مجموعی کوشش کی گئی کہ صحافت کی تعلم کے بارے میں جو تعصب قدامت پرست صحافیوں کی جانب سے برتا جا رہا تھا وہ کم ہو جائے یا بالکل مفقود ہو جائے۔ شعبہ ہائے صحافت کے معلمین نے تحقیقی کوششوں سے اخبارنویسی کے کئی پہلوؤں کو اجاگر کیا۔صحافت بحیثیت ایک علمی مضمون بھی ہر جگہ اپنا رتبہ اور وقار منوانے میں کامیاب رہی۔کئی برسوں تک ہندوستان میں بھی قدیم صحافیوں نے صحافت کی تعلیم کی جی کھول کر مخالفت کی مگر رفتہ رفتہ ان کے خیالات میں بھی تغیر آتا گیا۔

ماضی قریب میں ہندوستان میں بھی صحافت کی تعلیم سے گہری دلچسپی کا اظہار کیا گیا ہے۔کئی یونیورسٹیوں نے صحافت کے کورس شروع کیے ہیں اور کئی یونیورسٹیوں میں صحافتی کورس کے آغاز کے منصوبوں پر عمل ہونے والا ہے۔وہ دن دور نہیں جب ہندوستان کی تقریباً ہر یونیورسٹی میں صحافت کی تعلیم وتربیت کا معقول انتظام رہے گا

۔بعض پیشہ ورانہ ادارے بھی صحافتی تعلیم کے فروغ میں کافی دلچسپی لے رہے ہیں۔ ہندوستان میں عام طور سے تمام مضامین میں اعلیٰ تعلیم کے ترقیاتی منصوبوں پر کافی توجہ دی جارہی ہے اوراسی سلسلہ میں صحافت کی تعلیم وتربیت کی سہولتوں میں وسعت لانے کے لیے کئی متعلقہ ادارے دلچسپی لے رہے ہیں۔ یونیورسٹی گرانٹس کمیشن کی ہمت افزائی سے کئی یونیورسٹیوں میں صحافت کے شعبے قائم ہوئے اور یہ سلسہ جاری ہے۔مرکزی وزارت اطلاعات ونشریات براہ راست اپنے ہی ماتحت ایک ادرہ، انڈین انسٹی ٹیوٹ آف ماس کمیونی کیشن کے ذریعہ کئی کامیاب صحافتی کورسوں کی حوصلہ افزائی کررہی ہے۔ریاستی حکومتیں بھی صحافت میں ڈگری اور ڈپلومہ یافتہ نوجوانوں کومناسب ملازمتیں دینے میں دلچسپی دکھا رہی ہیں۔ متعدد محکمہ جات اطلاعات اورروابط عامہ میں صحافت کی اعلیٰ تعلیم وتربیت سے لیس امیدواروں کو ضروری ترجیح دی جارہی ہے۔کئی پرائیویٹ تعلیمی ادارے بھی صحافت اورمتعلقہ موضوعات پرکئی اہم اورمفید کورس پیش کررہے ہیں جن کی مقبولیت میں لگاتار اضافہ ہورہا ہے۔

معترضین کاایک نکتہ یہ بھی تھا کہ یونیورسٹی کلاسوں میں وہ ماحول پیدا نہ ہوسکے گا جوعموماً اخبارات کے دفاتر میں ہوتا ہے۔اس کمی کوپورا کرنے کے لیے بیشتر شعبوں میں تقریباً اسی سازوسامان کااہتمام کیا گیا ہے جوعام طور سے ایک اوسط اشاعت والے اخبار کے دفتر میں پایا جاتا ہے۔مثلاً ٹیلی پرنٹر، ٹیلی فون،فرنیچر، چارٹ، لائبریری وغیرہ،صحافت کے طلبہ اپنے ہفت روزہ، پندرہ روزہ یاماہانہ اخبار تیارکرکے شائع کرتے ہیں۔جس میں خبریں، رائیں،فیچر تصاویر،انٹرویو،تبصرے وغیرہ شامل ہوتے ہیں۔ایسے جریدوں کو پریکٹس جرنل Practice Journal یا ''لیبارٹری

جرنل Laboratory Journal کہا جاتا ہے مثلاً ''پوجا کرانیکل'' پنجاب یونیورسٹی، چنڈی گڑھا، عثمانیہ کوریئر' عثمانیہ یونیورسٹی حیدرآباد دکن مانسا گنگوتری میسور یونیورسٹی، آج کل ہر شعبہ صحافت میں اصولی مسئلوں پر روایتی اسباق کے علاوہ سخت عملی مشقوں پر زیادہ زور ڈالا جارہا ہے تاکہ نوجوان صحافی یونیورسٹی سے کامیاب ہوکر ملازمت اختیار کرلیں تو اخبار کے دفتر میں انہیں ماحول میں زیادہ اجنبیت یا دقت محسوس نہ ہو۔

ایشیا اور افریقہ کے کئی ممالک میں کئی ایسے ادارے سرگرم ہیں جہاں صحافت کی تعلیم وتربیت کا معقول اہتمام ہے۔ اقوام متحدہ کی خصوصی شاخ ''یونائٹڈ نیشنز ایجوکیشنل سائنٹفک اینڈ کلچرل آرگنائزیشن United Nations educational, Scientific and cultural organisation جو ''یونیسکو'' Unesco کے نام سے زیادہ مشہور ہے صحافت کی تعلیم کی ترویج میں کافی حصہ لے رہی ہے۔ ذرائع ابلاغ کی ترقی میں ''یونیسکو'' کی کئی اہم یادگار خدمات ہیں۔ اس عالمی ادارہ کی جانب سے کئی بین الاقوامی اجتماع منعقد ہوچکے ہیں جن میں صحافتی تعلیم کے امور پر مفید بحث ومباحثے ہوئے ہیں۔ کئی مفید کتابیں اور رپورٹیں بھی ''یونیسکو نے اپنے صدر دفتر پیرس سے شائع کرکے صحافتی کورسوں کی مدد کی ہے۔

ہندوستان میں خواندگی بڑی تیز رفتاری سے بڑھ رہی ہے۔ 1891ء میں **ملک** میں خواندہ عوام کی تعداد صرف 5ء5B فی صد تھی۔ 1901ء میں یہ کم ہوکر 4ء5 اور 1911ء میں 6ء5 تھی۔ 1921ء میں صرف 2ء7 فی صد ہندوستانی خواندہ تھے اور 1931ء میں یہ تعداد 7ء16 تھی۔ 1961ء میں 24 فیصد اور 1971ء میں یہ تعداد

5ء29 ہوئی۔اس کے بعد خواندگی میں **مسلسل** اضافہ ہوتا رہا ہے۔اس طرح **ملک** کی آبادی کی طرف بھی ایک نظر ڈال لی جائے:۔

سال	ہندوستان کی آبادی
1901ء	23 کروڑ □83لاکھ 37ہزار313
1911ء	25 کروڑ 20لاکھ 5ہزار170
1921ء	25 کروڑ 12لاکھ 39ہزار492
1931ء	27 کروڑ □88لاکھ 67ہزار430
1941ء	31 کروڑ 85لاکھ 39ہزار60
1951ء	36 کروڑ 9لاکھ 50ہزار365
1961ء	43 کروڑ 90لاکھ 72ہزار582
1971ء	54 کروڑ 79لاکھ 49ہزار809
1981ء	65 کروڑ 90لاکھ سے زائد

اور اسکے بعد کوئی سال ایسا نہیں گذرا جب آبادی میں اضافہ نہیں ہوا۔ کچھ ماہرین کا اندازہ ہے کہ 2001ء میں **ملک** کی آبادی 99 کروڑ سے بھی بڑھ جائے گی۔

آبادی اور خواندگی کی ترقی صحافت کے لیے مفید سمجھی جاتی ہے۔ہندوستانی عوام کے معیار زندگی میں ترقی ہوئی ہے اور زیادہ سے زیادہ لوگ اخبار خرید کر پڑھنے کے شائق نظر آ رہے ہیں۔ عام قارئین نئے نظریات سے واقفیت حاصل کرنے سے دلچسپی رکھتے ہیں۔ ہونہار نوجوانوں کا ذوق مطالعہ بھی ترقی پذیر ہے۔اخبارات کی تعداد میں اور تعداد اشاعت میں **مسلسل** اضافہ ہوتا جا رہا ہے۔ نئے رسائل کی تعداد

لگاتار بڑھتی جارہی ہے۔

ہندوستان میں صحافتی تعلیم

عام خیال ہے کہ صحافت کا سب سے پہلا کورس علیگڑھ مسلم یونیورسٹی میں شروع کیا گیا مگر تحقیق سے پتہ چلا ہے کہ علی گڑھ سے پہلے ہی صحافت کی تعلیم وتربیت کا ایک اچھا انتظام مدراس میں موجود تھا۔ آئر لینڈ کی ایک قابل اور رہمدرر خاتون ڈاکٹر (مسز) اینے لیبنٹ اپنے تھیوسوفی Theosophy عقائد اور ہندوستان کی عظیم خدمات کے لیے کافی مشہور اور موقر ہیں۔ ڈاکٹر (مسز) اینے بسینٹ Dr. (Mrs) Annie Besant نے گرددیوار بندرناتھ ٹیگور اور مشہور اور ماہر منتظم ڈاکٹر سی، پی رام سوامی ائر Dr. C.P. Rama Swamy Aiyer کے اشتراک عمل سے مدراس شہر کے بالکل قریب اڈیار نامی مقام پر نیشنل یونیورسٹی نامی ایک اعلی تعلیمی ادارہ کی بنیاد ڈالی تھی۔ اس قومی یونیورسٹی کے زیراہتمام ایک خصوصی کورس صحافت کی تعلیم وتربیت کا شرور کیا گیا تھا جسے ہم ہندوستان کا اولین باقاعدہ صحافتی کورس کہہ سکتے ہیں۔ صحافت کی اصولی تعلیم تو کلاسوں میں دی جاتی تھی مگر عملی تربیت کے لیے طلبہ کو ڈاکٹر (مسز) اینے بسینٹ کے مشہور اخبار نیو انڈیا New India میں کام کرنا پڑتا تھا۔ ملک کے مانے ہوئے صحافیوں کو خصوصی خطاب کے لیے مدعو کیا جاتا تھا۔

متعدد کتابوں میں پنجاب یونیورسٹی، لاہور میں جاری کردہ صحافت کورس کو ہندوستان کا پہلا صحافتی کورس کہا گیا ہے جو بالکل غلط ہے۔ غیر منقسم پنجاب یونیورسٹی میں صحافت کا کورس پرتھوی پال سنگھ کی نگرانی میں 1941ء میں شروع ہوا جبکہ علی گڑھ مسلم یونیورسٹی میں صحافت کا کورس 1938ء ہی میں جاری ہوگیا تھا۔ اس ڈپلوما کورس کے اجرا اور نشوونما میں فیڈرل کورٹ آف انڈیا کے سابق جج سر شاہ محمد

سلیمان نے کافی دلچسپی لی تھی ۔ درس وتدریس کی ذمہ داری چودھری رحم علی الہاشمی نے سنبھالی تھی ۔ وہ آلہ آباد کے مشہور انگریزی روزنامہ انڈیپنڈنٹ The Independent میں کافی عرصہ تک نائب مدیر کے عہدے پر فائز تھے۔ کئی اردو اخبارات میں بھی آپ نے کام کیا تھا۔ آپ نے فن صحافت نامی ایک کتاب بھی تحریر کی تھی جس میں اخبار کی تیاری کے مختلف شعبوں کا مختصر حال درج تھا۔ 1943ء میں انجمن ترقی اردو (ہند) دہلی سے شائع کردہ یہ کتاب اخبار نویسی کے اصول و ضوابط پر اردو میں سب سے پہلی کتاب کہی جاتی ہے یہ کتاب 227 صفحات پر مشتمل تھی ۔ آرمی پریس دہلی میں طبع ہوئی اور قیمت فی کافی سوا تین روپے تھی۔ علی گڑھ صحافتی کورس کے طلبہ عملی تربیت کے لیے مقامی اور دہلی کے اخبارات کے دفاتر میں بھیجے جاتے تھے ۔ سر شاہ محمد سلیمان کو 1940ء میں انتقال ہوگیا۔ رحم علی الہاشمی نے چند ذاتی وجوہ کی بنا پر استعفاد ے دیا۔ اس طرح ایک عمدہ اور کامیاب کورس مختصر کی مدت میں بند ہو گیا۔

مختلف کورسوں کا جائزہ

تقسیم ہند سے پہلے پنجاب یونیورسٹی لاہور میں 1941ء میں جاری کردہ ڈپلوما کورس پرتھوی پال سنگھ کی کوششوں سے کامیاب، مقبول اور مشہور رہا۔ ہر سال اوسطا تیس طلبہ اس کورس سے مستفید ہوتے تھے۔ آزادی کے بعد ملک کی تقسیم کے ساتھ پنجاب یونیورسٹی لاہور کا شعبہ صحافت بھی ہجرت کر کے ہندوستان آ گیا ۔ یہ کورس 1947ء کے اواخر میں پرتھوی پال سنگھ ہی کی نگرانی میں نئی دہلی میں از سر نو شروع کیا گیا اور اس کا الحاق ایسٹ پنجاب یونیورسٹی سے کیا گیا ۔ جب 1962ء میں ایسٹ پنجاب یونیورسٹی کا نام ترمیم کر کے پنجاب یونیورسٹی رکھا گیا اور چندی گڑھ میں نئی

اور خوبصورت عمارتوں والے کیمپس میں شعبہ جات منتقل ہوئے تو شعبہ صحافت بھی وہیں آ گیا۔ طلبہ شعبہ سے شائع ہونے والے تجرباتی اخبار پوجا کرانیکل The Puja Chronicle کے لیے مضامین، فیچر، اداریے وغیرہ لکھ کر عملی تجربہ حاصل کرتے ہیں۔

مدراس یونیورسٹی نے 1947ء میں شعبہ صحافت جاری کیا۔ مگر کافی دنوں تک اس کی نگرانی شعبہ اقتصادیات کے ذمہ تھی۔ آج کل یہاں صحافت کے باضابطہ کورس ہیں اور شعبہ آزادانہ طور پر ہر طرح سے منتظم ہے۔ کلکتہ یونیورسٹی میں 1950ء میں جاری ہونے والے شعبہ صحافت کو مشہور بنگالی مدیر اور رکن پارلیمان چپلا کانت بھٹاچاریہ نے کافی وقعت دلائی۔ عثمانیہ یونیورسٹی، حیدرآباد دکن میں شعبہ صحافت کے پہلے صدر ڈاکٹر ڈی فارسٹ او، ڈیل نے نیا شعبہ کافی محنت سے سجایا۔ آپ یونیورسٹی آف اوکلاہوما (امریکہ) میں صحافت کے پروفیسر تھے۔ این وی کے مورتی، ایس اے گوندا راجن اور پروفیسر سید بشیر الدین جیسے تجربہ کار معلمین نے اس کورس کو محنت اور لگن سے سنوارا۔ عثمانیہ کوریئر The Osmania Courier نامی اخبار شعبہ سے شائع ہوتا ہے۔ جس کی تیاری کی بیشتر ذمہ داری طلبہ پر ہوتی ہے۔

ناگپور یونیورسٹی سے ملحق ہسلاپ کالج Hislop College میں جب 1952ء میں شعبہ صحافت شروع کیا گیا تو اس کی خصوصیت یہ رہی کہ ہر سال فل برائٹ Fulbright نامی تبادلہ ماہرین منصوبہ کے تحت ایک امریکی پروفیسر اس شعبہ کا صدر بن کر آتا رہا۔ اس طرح صحافت کے ماہر ترین معلمین اس شعبہ میں لگاتار آتے رہے اور انہوں نے کئی جدید طریقوں سے یہاں کے شعبہ کو تقویت

بخشی۔ پروفیسر رولینڈ ای اولزلی ایورٹن کانگر،فلائڈ بیاسکیٹ ،ولیم اے ڈوڈی جیسے مشہورامریکی پروفیسروں نے یہاں صحافت کی تعلیم دی۔ پروفیسر کے ای اپین نامی پہلے ہندوستانی صدر شعبہ نے اس مقبول شعبہ کی روایات کو باقی رکھا۔آپ نے سیرا کیوز نامی یونیورسٹی میں صحافت کے پروفیسر رہے۔ ہسلاپ ہیرالڈ The Hislop Herald نامی اخبار کے ذریعے ناگپور کے صحافتی طلبہ عملی تربیت حاصل کرتے رہے ہیں۔

میسور یونیورسٹی میں شعبہ صحافت 1951ء میں قائم ہوا۔ بی اے ڈگری سطح پر صحافت کی تعلیم دینے والا یہ پہلا کورس تھا کیونکہ اس سے پہلے کے تمام کورس ڈپلوما سطح تک محدود رہے تھے۔ پتری کودیامی The Patrikodyami (بمعنی : صحافی) کے ذریعہ طلبہ کو عملی تربیت دی جاتی رہی۔جنوبی ہند کی قدیم اور عظیم درسگاہ مہاراجاس کالج میسور میں اس کورس سے ہندوستانی ہی نہیں بلکہ کئی غیر ملکی اسکیموں کے تحت بیسیوں افریقی ایشیائی مما لک کے طلبہ مستفیض ہوتے رہے ہیں۔ راقم الحروف 1959ء سے اس شعبہ سے متعلق ہے۔ایم اے سطح پر صحافت کی تعلیم میسور یونیورسٹی میں 1973ء میں شروع ہوئی۔ مانسا گنگوتری The Mansa Gangotri نامی اخبار کے لیے طلبہ محنت سے کام کرتے ہیں۔ ہر طالب علم کو ایک ماہ کم ازکم کسی نہ کسی روزنامہ اخبار میں مسلسل کام کرنا لازمی قرار دیا گیا ہے۔

پونہ یونیورسٹی میں مرہٹی زبان کی صحافت پر زیادہ زور دیا جاتا ہے۔ بنگلور یونیورسٹی میں مطبوعہ صحافت Print Journalism سے زیادہ برقیاتی صحافت Electronic Journalism یعنی ریڈیو اور ٹیلی ویژن صحافت کو زیادہ ترجیح دی جاتی ہے۔بعض زرعی یونیورسٹیوں میں صحافت کے کورس جاری کیے گئے ہیں جہاں

زرعی صحافت Agricultural Journalism پر زیادہ توجہ دی جاتی ہے۔ مدراس اور مدورائی کامراج یونیورسٹی میں تامل صحافت کوزیادہ اہمیت بخشی گئی ہے۔ کالی کٹ اور کیرالا یونیورسٹی میں ملیالم صحافت کا مطالعہ ضروری قرار دیا گیا ہے۔ میسور یونیورسٹی میں بی اے سطح پر ''ترقیاتی صحافت Development □Journalism'' پر زیادہ توجہ دی جاتی ہے۔ ریڈیو ٹیلی ویژن اور فلم کوبھی فوقیت دی گئی ہے۔ ساہتیہ سمیلن، الہ آباد نامی ادارہ کی جانب سے ہندی زبان میں کئی امتحانات منعقد ہوتے ہیں۔ ایک امتحان سمپادن کلا وشارد کہلاتا ہے۔ نصاب میں تاریخ ہندی صحافت، خبر نویسی اور اداریہ نگاری جیسے مضامین شامل ہیں۔ مغربی بنگال اردو اکیڈمی نے اردو صحافت کا ایک کورس شروع کیا ہے۔ ضرورت ہے کہ ملک کی دیگر اردو اکیڈیمیاں بھی اردو صحافت کے خوصی کورس ترتیب دینے کی کوشش کریں۔

مدراس کامشہور روزنامہ دی ہندو The Hindu ہر سال ہونہار طلبہ کومنتخب کر کے وظیفوں کی ادائیگی کے ساتھ اپنے دفتر میں صحافت کی عملی تعلیم وتربیت کا اہتمام کرتا ہے۔ ایک وظیفہ کستوری رنگ انگار اسٹوڈنٹ شپ ان جرنلزم Kasturi Ranga Iyaengar Studentship in Journalism اور دوسرا کستوری سری نواسن اسٹوڈنٹ شپ ان جرنلزم

Kasturi Srinivasan studentship in Journalism کہلاتا ہے۔ بمبئی کے مشہور روزنامہ ''ٹائمز آف انڈیا'' نے اپنے اخبار میں کام کرنے والوں کے لیے صحافتی تربیت کا ایک سلسلہ شروع کر رکھا ہے۔ مشہور صحافی پتانجلی سیٹھی یہاں ٹریننگ آفیسر کے عہدہ پر فائز ہیں۔

انڈین انسٹی ٹیوٹ آف ماس کمیونی کیشن Indian Institute of Mass Communication نئی دہلی ایک اچھا صحافتی تعلیمی ادارہ ہے جو 1965ء سے مرکزی وزارت اطلاعات ونشریات کے زیر اہتمام خدمات انجام دے رہا ہے۔ اس کی جانب سے ہر سال ایک پوسٹ گریجویٹ ڈپلومہ کورس منعقد ہوتا ہے جو ڈپلوما کورس ان جرنلزم فار ڈیولپنگ کنٹریز Diploma Course in Journalism for developing countries ہے۔ اسکی مدت ایک تعلیمی سال ہے۔ اس میں ایشیا اور افریقہ کے صحافیوں اور صحافت میں ڈگری یافتہ نوجوانوں کو نشستیں دی جاتی ہیں۔ ہندوستان سے دو یا تین صحافیوں کو منتخب کیا جاتا ہے۔ اس کورس میں ترقیاتی کاموں کی رپورٹنگ کو زیادہ اہمیت دی جاتی ہے۔ خبر رساں ایجنسیوں میں کام کرنے والوں کے لیے بھی علیحدہ کورس منعقد کیے جاتے ہیں۔

مراسلاتی کورس Correspondence Course اکثر وبیشتر پرائیویٹ ادارے چلاتے ہیں۔ راجستھان یونیورسٹی اورمیسور یونیورسٹی میں صحافت کے مراسلاتی کورس جاری کیے گئے ہیں۔

تعلیمی وتربیتی اداروں کی فہرست

فی الوقت ہندوستان میں مندرجہ ذیل ادارے صحافت کی تعلیم وتربیت میں مصروف ہیں:

الف۔ یونیورسٹی ادارے:

ڈپارٹمنٹ آف جرنلزم:

علی گڑھ مسلم یونیورسٹی، علی گڑھ (یو۔پی) کلکتہ یونیورسٹی، کلکتہ (مغربی بنگال) جبل پور یونیورسٹی، جبل پور (ایم۔پی) روی شنکر یونیورسٹی، جبل پور (ایم۔پی) ناگپور یونیورسٹی، ناگپور (مہاراشٹر) شیواجی یونیورسٹی، ناگپور (مہاراشٹر) کولہاپور (مہاراشٹر) مراٹھواڑہ یونیورسٹی، اورنگ آباد (مہاراشٹر) پونہ یونیورسٹی، پونے (مہاراشٹر)

بنارس ہندو یونیورسٹی، وارانسی (یو۔پی) کرناٹک یونیورسٹی، دھارواڑ (کرناٹک) برہام پور یونیورسٹی، برہام پور (اڑیسہ) گڑھوال یونیورسٹی، گڑھوال (یو۔پی) گوہاٹی یونیورسٹی، گوواہتی (آسام) سوراشٹر یونیورسٹی، راج کوٹ (گجرات) مہاراجاس کالج، میسور یونیورسٹی میسور (کرناٹک) کیرالا یونیورسٹی، کریاوٹم، تروندرم (کیرالا) مدوارائی کامراج یونیورسٹی، مدورائی (تامل ناڈو)

ڈپارٹمنٹ آف کمیونی کیشن:

بنگلور یونیورسٹی، یو،وی،سی،ای بنگلور نمبر ا (کرناٹک)

ڈپارٹمنٹ آف جرنلزم اینڈ ماس کمیونی کیشن

پنجابی یونیورسٹی، پٹیالہ (پنجاب)

مدراس یونیورسٹی، مدراس نمبر ۵ (تامل ناڈو)

میسور یونیورسٹی، میسور نمبر ٦ (کرناٹک)

مہارشی دیانند یونیورسٹی، روہتک (پنجاب)

کشمیر یونیورسٹی سری نگر (جموں اینڈ کشمیر، دیوی اہلیا وشوا دیالیہ، اندور (ایم ۔پی)

ڈپارٹمنٹ آف ماس کمیونی کیشن:

پنجاب یونیورسٹی، چندی گڑھ

کالی کٹ یونیورسٹی، کالی کٹ (کیرالا)

گورنمنٹ آرٹس اینڈ سائنس کالج، کالی کٹ (کیرالا)

ڈپارٹمنٹ آف کمیونی کیشن اینڈ جرنلزم:

عثمانیہ یونیورسٹی، حیدرآباد (اے پی)

کمیونی کیشن سینٹر:

جی بی پنت یونیورسٹی آف اگری کلچر، پنت نگر (یوپی)

اڑیسہ یونیورسٹی اف اگری کلچر اینڈ ٹیکنالوجی بھونیشور (اڑیسہ)

(ب) بھارتیہ ودیا بھون سے ملحق وہ ادارے جہاں صحافت کی تعلیم دی جاتی ہے:

۱۔ راجندر پرساد انسٹی ٹیوٹ آف کمیونی کیشن اینڈ مینجمنٹ، کل پتی ایم منشی مارگ، بمبئی نمبر ۷۔

۲۔ بھون کالج آف کمیونی کیشن اینڈ مینجمنٹ، احمد آباد۔

۳۔ بھون کالج آف کمیونی کیشن اینڈ مینجمنٹ، اندھیری بمبئی نمبر 58

۴۔ وڈودرہ (گجرات)

۵۔بھون ایچ ایس کالج آف کمیونی کیشن، ریس کورس روڈ، بنگلور نمبر ا

۶۔بھون پی ڈی این کالج آف کمیونی کیشن اینڈ مینجمنٹ، بمبئی نمبر ۷

۷۔بھون دیانند کالج آف کمیونی کیشن اینڈ مینجمنٹ، چندی گڑھ

۸۔بھون سومانی کالج آف کمیونی کیشن، کوچین (کیرالا)

۹۔بھون کالج آف ماس کمیونی کیشن، گنٹور (اے پی)

۱۰۔بھون کالج آف ماس کمیونی کیشن، حیدرآباد (اے پی)

۱۱۔بھون کالج آف ماس کمیونی کیشن، منگلور (ساؤتھ کیانرا، کرناٹک)

۱۲۔بھون کالج آف ماس کمیونی کیشن جے پور (راجستھان)

۱۳۔بھون کالج آف ماس کمیونی کیشن، مائلا پور، مدراس (تامل ناڈو)

۱۴۔بھون سردار پٹیل کالج آف کمیونی کیشن اینڈ مینجمنٹ، نئی دہلی نمبر ا

۱۵۔بھون کالج آف کمیونی کیشن اینڈ مینجمنٹ، نئی دہلی نمبر ا

۱۶۔بھون پرکاسم کالج آف کمیونی کیشن اینڈ مینجمنٹ، وساکھاپٹنم (اے پی)

(ج)مرکزی وزارت اطلاعات ونشریات، حکومت ہند کے زیر اہتمام چلنے والا ادارہ:

انڈین انسٹی ٹیوٹ آف ماس کمیونی کیشن، ڈی 13 ساؤتھ ایکسٹنشن پارٹ II نئی دہلی 110049۔

(د)پرائیویٹ ادارے جہاں صحافت کی تعلیم دی جاتی ہے:

ا۔ ڈیٹ لائن Dateline اسکول آف جرنلزم 22-21 نارتھ نیڈ کامپلیکس ، رام کرشنا مارگ، نئی دہلی 110001۔

۲۔ بھارتیہ پتری کا رتیا و دیا پیٹھ انسٹی ٹیوٹ آف جرنلزم اے 49، گل مہر پارک ،نئ دہلی 110049۔

۳۔ دی سینٹر آف اڈوانسڈ اسٹڈیز اینڈ ریسرچ ان ایکنامکس اینڈ کامرس، جبل پور (مدھیہ پردیش)

۴۔ جی ایس کالج آف کامرس اینڈ ایکنامکس، نا گپور (مہاراشٹر)

۵۔ لکھنو انسٹی ٹیوٹ آف جرنلزم لکھنو (یوپی)

۶۔ زے ویئر Xavier انسٹی ٹیوٹ آف کمیونی کیشن، سینٹ زے ویئر کالج، ماناپالیکا مارگ، بمبئی 400001۔

۷۔ کے سی کالج آف مینجمنٹ اسٹڈیز، دین شاہ واچار روڈ، چرچ گیٹ بمبئی۔

۸۔ انسٹی ٹیوٹ آف پبلک ریلیشنز اینڈ مینجمنٹ، 85 موبریز روڈ، مدراس (تامل ناڈو)

۹۔ ہارنی مین Horniman کالج آف جرنلزم، ماٹونگا، بمبئی 400019

۱۰۔ انسٹی ٹیوٹ آف جرنلزم، پریس کلب ترونڈرم (کیرالا)

۱۱۔ ووکیشنل ٹریننگ کالج فار ویمن۔ بے 30، نیو دہلی ساؤتھ ایکسٹینشن، پارٹ I نئ دہلی 110049

۱۲۔ انٹر نیشنل پولی ٹیکنیک فارویمن اے ۳، نیو دہلی ساؤتھ ایکٹنشن، پارٹ I، نئ دہلی 110049

۱۳۔ انسٹی ٹیوٹ آف جرنلزم، جی 75 لاجپت نگر، نئ دہلی

۱۴۔ ساؤتھ دہلی پولی ٹیکنیک فارویمن، این 9 نیو دہلی ساؤتھ ایکسٹینشن، پارٹ 1، نئ دہلی 110049

۱۵۔ سدھارتھ کالج آف ماس کمیونی کیشن اینڈ میڈیا، آنند بھون، ڈاکٹر دادا بھائی نوروجی روڈ بمبئی 110001

۱۶۔ ایسٹرن انڈیا سینٹر فار ماس کمیونی کیشن اسٹڈیز، نمبر 2 ہیر ااسٹریٹ، کلکتہ

۱۷۔ سینٹر فار ماس میڈیا۔ نئی دہلی وائی ایم سی اے، جے سنگھ روڈ، نئی دہلی 110001

۱۸۔ میڈیا سینٹر نمبر 21 لیوے روڈ، بنگلور 560001

(ہ) وہ ادارے جو صحافت کی تعلیم بذریعہ ڈاک (مراسلاتی کورس) دیتے ہیں:

۱۔ ہندوستان انسٹی ٹیوٹ جرنلزم، 929 رانی باغ نئی دہلی

۲۔ انٹرنیشنل کرسپانڈنس اسکول، یونائٹڈ کمرشلل بینک بلڈنگ، ہتا تما چوک، پوسٹ بکس 1931ء بمبئی 400001

۳۔ برٹش انسٹی ٹیوٹ 359ء ڈاکٹر دادا بھائی نوروجی روڈ بمبئی 400023

(د) یونیورسٹی ادارے جو صحافت کی تعلیم بذریعہ ڈاک دیتے ہیں:

۱۔ انسٹی ٹیوٹ آف کرسپانڈنس کورس اینڈ کنٹی نیونگ continuing ایجوکیشن یونیورسٹی آف میسور، مانسا گنگوتری، میسور □570006(Maysore (570006

۲۔ ڈپارٹمنٹ آف جرنلزم، انسٹی ٹیوٹ آف کرسپانڈنس کورس راجستھان یونیورسٹی، جے پور (راجستھان)

(و) وہ ادارے جہاں صحافت سے متعلق تحقیقی کام ہوتا ہے اور وقتاً فوقتاً سیمنار منعقد ہوتے ہیں:

۱۔ پریس انسٹی ٹیوٹ آف انڈیا، سپرو ہاؤس، بارہ کھمبا روڈ، نئی دہلی 110001

۲۔ ریسرچ انسٹی ٹیوٹ فار نیوز پیپر ڈیولپمنٹ، 38 پانتھیان Pantheon روڈ، مدراس 600008

۳۔ جامعہ ماس کمیونی کیشن ریسرچ سینٹر، جامعہ ملیہ اسلامیہ، نئی دہلی 110025

حصہ دہم

فرہنگ

باب 30

ضروری الفاظ کی فرہنگ

چند منتخب انگریزی الفاظ کے اردو متبادل بطور نمونہ دیے گئے ہیں۔

(A)

مطلق العنانی	Absolutism
اقادسمیہ، اکاڈمی	Academy
صدر محاسب	Accountant-Genral
عمل درآمد	Action
عملیت	Activism
فضائی	Aerial
منافی	against
گرگا	Agent Provocateur
حملہ	Aggression
مرقع	Album
چوکس	Alert

Alleged	مشتبہ، مبینہ
Alliance	اتحاد
Allotment	مفوضہ
Alternating	متبادل
Altimetre	ارتفاع پیما
Amendments	ترامیم
Amnesty	عفو عام
Amphitheatre	اکھاڑہ
Amplification	تکبیر
Anarchism	طوائف الملوکی
Anarchist	انتہا پسند
Anarchy	بے نظمی
Anotomy	علم تشریح
Anti. Semitism	تحریک ضد سامیت
Appeal	مرافعہ
Appendicitis	التہاب زائدہ
Apprentice	کارآموز
Assessor	ثالث
Attraction	جذب
Audio	صوتی

Audio-Visual	سمعی بصری
Authoritarian	آمریت پسند حکومت
Axis Powers	محوری طاقتیں

(B)

Background	پشتانہ، پس منظر
Balanced	میانہ رو
Balance of Power	توازن اقتدار
Balance Sheet	واصل باقی
Balcony	بالاخانہ
Balm	مرہم
Ball Room	رقص گاہ
Bank Credit	قرض ساکھ
Bank Rate	شرح سود
Barometre	مقیاس الہوا
Battalion	فوجی دستہ
Bilateral Agreement	دوطرفہ معاہدہ
Biology	حیاتیات
Biometry	حیات پیائی
Bishop	بڑا پادری
Blackout	اندھیارا

Body Builder	تن ساز
Bolshevik	انقلاب پسند
Bombarment	بمباری
Bond	معاہدہ
Booth	سائبان
Bourgeoisic	بورروا/ثروت پسند
Boycott	مقاطعہ
Budget	میزانیہ
Buffer State	فاصل ریاست
Bulb	قمقمہ
Bureaucracy	نوکرشاہی
Button	تکمہ

C

Cable	بحری تار
Camouflage	چوپٹ راج/چورگھات
Capitalism	راس المالیت، متاعیت
Caricature	ہجوئی تصویر
Cast	نفری
Casting Vote	رائے فیصل
Ceasefire	جنگ بندی

Cell	خانہ
Centralism	مرکزیت
Chamberof Commerce	ایوان تجارت
Characterization	کردار طرازی
Charge Sheet	فرد جرم
Chartometre	نقشہ پیما
Circuit	دور
Civil Court	عدالت دیوانی
Civil Law	ضابطہ دیوانی
Clericalism	کلیا سائیت
Climax	منتہا
Comedy	طربیہ
Co. Education	ہم درسی
Cofidential	بصیغہ راز
Convoy	بدرقہ
Coup D,Etat	ناگہانی انقلاب
Court Messenger	عدالتی پیادہ
Criminal Law	ضابطہ فوجداری
Crisis	بحران

D

Deck	عرشہ
Declaration	اعلان، اقرارنامہ
Deduct	منہا
Deflation	کم زری
Democrat	جمہوریت پسند
Departmental	عملہ جاتی
Desinger	نقشہ کش
Devaluation	ارزاں زری
Dias	شہ نشیں، منچ
Diplomacy	سیاسی حکمت عملی
Diplomat	سفارت کار
Direct Action	راست اقدام
Discharge	خراج، نکاس
Discount	بٹا، کٹوتی
Dismiss	معزول
Distillery	بھٹی
Drama	ڈرامہ
Drought	خشک سالی، سوکھا
Drug	مفرد دوا

Dynamics	علم حرکت

E

Earthplate	ارضیہ
Economic Collection	اقتصادی تنظیم
Economic Science	علم معیشیت
Efficiency	کارکردگی
Electrode	برقیرہ
Electrons	برقیے
Embargo	دساور بند
Employment Exchange	دفتر روزگار
Enircelement	محاصرہ، گھیراؤ
Encyclopaedia	دائرۃ المعارف ، قاموس العلوم
Enterprise	کارجوئی
Entomology	حشریات
Epidemology	وبائیات
Ether	ایثر

Exchange Control	انضباط مبادلہ
Exciting	اشتعال انگیز
Export	برآمد
Exporter	برآمد کار
Extremist	انتہا پسند

F

Fascism	فسطائیت، جمہوریت کش نظریہ
Feudalism	زمینداری راج، اقطاعیت
Flood	سیلاب
Focus	نقطہ ارتکاز، ماسکہ
Formula	مقررہ قاعدہ، گر
Freeport	کھلی بندرگاہ
Frequency	تعدد
Front	محاذ

G

Generation	تکوین
Grant	مالی اعانت

Grenade	ہتھ گولا
Gymkhana	گیند خانہ
Gymnasium	ورزش گاہ

H

Hand Grenade	دستی بم
Homeopathy	علاج بالمثل
Homesick	گھر ماندہ
Horse Power	اسپی طاقت
House of Commons	دارالعلوم
House of Lords	دارالامراء
Hydraulic Electricity	پن بجلی
Hydrometra	مائع پیا
Hypnotism	عمل تنویم

I

Identification	ہم آہنگی، شناخت
Illicit Distillation	ناجائز کشید
Imperialism	شہنشاہیت

In Between	دریں اثنا
Indications	قرائن
In view of	پیش نظر
Indiret Tax	ٹیکس بالواسطہ
Inductance	امالہ
Inferiority Complex	چھٹ وہم مُحقر خولیا
Inflation	افراط زر، وافر زری
Irrevocable	ان توڑ
Issue	متنازع فیہ مسئلہ

J

Jamboree	جشن

K

Kathode	منفی برقیرہ

L

League of Nations	مجلس اقوام
Linguist	لسان
Loudspeaker	مکبر الصوت

M

Manual	دستورالعمل
Marxism	مارکسیت
Mass Media	وسائل ابلاغ
Materialism	منطقی مادیت
Menu	فہرست طعام
Microscope	خردبین
Middle	وسطی، وسطانیہ
Million	دس لاکھ
Modernization	جدید کاری
Molecule	سالمہ
Molecule Bombardment	ذراتی بمباری
Molecule Reactivity	سالمی انعطافیت
Motherland	ام الوطن، مادروطن

N

Nationwide	ملک گیر

Neutrality	ناطرفی، غیر جانب دارانہ
Non-Intervention	عدم مداخلت
Nosedive	نک ڈبکی

O

Open door Policy	بیوپاری مساوات
Opportunist	ساعت پرست
Opposition	حزب مخالف
Original	طبعزاد
Oscillation	اہتزاز

P

Pacificsm	امن خواہی
Pact	میثاق
Pagoda	بدھ مندر
Pan-Arabic Movement	تحریک اتحاد عرب
Pan-Islamism	عالمگیر اتحاد اسلامی

Pavilion	شہ نشین
Payer	ادا کنندہ
Pendulum	رقاص
Penetration	اقتصادی تداخل
Penal Law	ضابطہ تعزیری
Petty Court	عدالت خفیفہ
Phonetics	صوتیات
Phosplate	فاسفوری نمک
Physiology	علم افعال الاعضاء
Pilgrims	زائرین
Pitch	امتداد
Plebiscite	رشورائے عام
Plumber	نل ساز
Pogrom	تباہی
Preventive Detention	امتناعی نظر بندی
Premium	منافع، بخشش
Progressive Tax	ٹیکس متزائد
Proletory	پرولتاری، حامی عوامیت

Proportionate Tax	ٹیکس متناسب
Pyrometre	کثافت پیا

Q

Quality	نوعیت،معیار

R

Radical	روشن خیال، آزاد خیال
Radiation	آلہ حرارت
Radio Telegram	لاسلکی پیام
Rain Gauge	مقیاس المطر
Rank	منصب،مرتبہ
Rank and File	مجازاً عوام
Ratification	توثیق
Receiver	سرکاری نگراں
Rectification	تخطیط
Red Cross Society	انجمن صلیب احمر
Referee	حکم پنچ
Referendum	استصواب رائے عامہ

Reformatory	تادیب خانہ
Rehabilitation	آبادکاری
Reject	مسترد
Repercussion	عواقب
Reservir	ذخیرہ آب
Retail	خردہ فروشی، پھٹکل بیچنا
Returning officer	ناظم انتخابات
Review	تبصرہ، نظر ثانی
Ruling	قانونی نظیر
Rush	ازدہام

S

Safety Act	قانون تحفظ عامہ
Salesmanship	فروشندگی
Salvation Army	مکتی فوج
Score	بیسی کوڑی
Scuffle	جھڑپ
Secondary	ثانوی، تحتانی
Second Hand	استعمال شدہ، برتا ہوا
Secretary	سکتر، ناظم، دبیر
Segeant	جمعدار، تھانیدار، داروغہ

Session	اجلاس، عدالت ، اجلاس
	مقنّنہ
Shelf	اطاق،الماری کاخانہ
Siren	بھونپو
Smuggler	چنگی چور
So-Called	نام نہاد
Solution	محلول،حل
Stencil	نقش سازتختی
Stenograper	مختصرنویس
Still	تاہم
Storm Troops	طوفانی دل
Submarine	زیرآب
Sulphur	گندھک، کبریت
Summon	پروانہ طلبی
Surgery	جراحی
Surveyor	امین پیمائش
Sycophants	حاشیہ بردار
Symbol	علامت،اشارہ،رمز
Syndicalism	کامگاریت
Sydicate	شرکت نجار

T

Talks	مذاکرات
Tear Gas	آنسو گیس
Telepathy	روحانی ربط
Temperature	درجہ حرارت
Terrorist	دہشت پسند
Totalitarianism	آمرانہ حکومت
Tournament	سالانہ مقابلہ
T r a d e Depression	ارزانیت
Transmission	ترسیل
Treaty	صلح نامہ
Triode	سہ رخی صمام
Tube Well	ٹیوب ویل
Tuning Fork	دوشاخہ
Turbine	چرخاب
Typhoid	معیادی بخار، ٹائیفائڈ
Under Water	زیر آب
United Nations	اقوام متحدہ

Utopia	خیالی حکومت
Valve	صمام
Veto	حق استراد
Visual	بصری پیکر
Vulgarism	سوقیانہ پن
War Footing	جنگی پیانہ
White paper	قرطاس ابیض
World	عالم، عالمی
Worldwide	عالمگیر
X-Rays	لاشعاعیں
Yellow Press	زرد صحافت
Zincography	جستی طباعت
Zoology	علم حیوانیات

کتابیات

ان کتابوں کے نام جو اس کتاب کی ترتیب کے سلسلہ میں زیر نظر رہیں

الف انگریزی زبان کی کتابیں

ماڈرن جرنلزم

سی، ای کار اور ایف ای، اسٹیونس

پٹمین اینڈ سنز، لندن

ہاؤ ٹو بی اے جرنلسٹ

اڈلف میرس

ٹائمز آف انڈیا پریس، بمبئی

جرنلزم ایز اے کیریر

ڈبلیو، ٹی، کون فیلڈ

پٹمین اینڈ سنز، لندن

ایگزیکیٹو نیوز روم

آئی، پی، آئی

انٹرنیشنل پریس انسٹی ٹیوٹ، زورچ، سوئٹزرلینڈ

این انٹروڈکشن ٹو ماس میڈیا

فریڈ فیڈلر

ہارکورٹ بریس نیو یارک

دی پریس اینڈ دی پبلک انٹریسٹ

وارن ایجی

پبلک افیئرس پریس، امریکہ

این انٹروڈکشن ٹو جرنلزم

فرینک فریز رباٹڈ

میکملن کمپنی، نیو یارک

کیریرس اینڈ آپورچونیٹز ان جرنلزم

آئر اہنری فری مین

ڈٹن، نیو یارک

نویز از اے سنگیولر تھنگ

مارگیوربگز

ڈبل ڈے، نیو یارک

انڈر اسٹینڈنگ میگزینز

رولینڈ ایڈگر اولزلی

آئیووا یونیورسٹی پریس، امریکہ

ماڈرن نیوز پیپر ڈیزائن

ایڈمنڈ، سی، آرنالڈ

ہارپر، نیویارک

دی نیوز پیپر، اٹز پلیس ان اے ڈیموکریسی

ایڈمنڈ، سی، آرنالڈ

ہارپر، نیویارک

ہاؤ ٹو ریڈ اے نیوز پیپر

ایڈگار ڈیل

اسکارٹ فورمین، امریکہ

ماڈرن نیوز پیپر ایڈیٹنگ

جینی گلمور

کلینڈ اسری پریس، امریکہ

نیوز پیپر سرکیولیشن، واٹ، ویرا اینڈ ہاؤ

فرینک وارن رکر

آیوواا سٹیٹ کالج پریس امریکہ

نیوز پیپر آرگنازیشن اینڈ مینجمنٹ

ایضا

ایضا

ایڈیٹر اینڈ ایڈیٹوریل رائٹر

آرتھر گائیل والڈراپ

رائن ہارٹ، امریکہ

رپورٹنگ دی نیوز

فلپ، ہیچ، آلٹ

ڈاڈ، میڈ، امریکہ

ایڈیٹنگ دی نیوز

جارج، سی باسچین

میکملن، لندن

یوز ایڈیٹنگ اینڈ ڈسپلے

چارلس، ایچ، براؤن

ہارپر، نیویارک

ہاؤ ٹو رپورٹ اینڈ رائٹ دی نیوز

لارنس رانڈلف کیمپ بیل

پرنٹیس ہال، نیویارک

رپورٹنگ

مچل وان چارن لے

ہولٹ رونَ ہارٹ اینڈ ونسٹن، امریکہ

پبلک افیرز رپورٹنگ

ملکر، جے، ڈانی لوف

میکملن، لندن

دی پروفیشنل جرنلسٹ

جان ہوہین برگ

ہولٹ (امریکہ)

پکچر ایڈیٹنگ

سٹانلے، ای کلیش

رائن ہارٹ، امریکہ

انٹر پری ٹے ٹیو رر پورٹنگ

کرٹس ڈینیل میک ڈوگل

میکملن، نیویارک

رپورٹنگ دی نیوز

نی مین رپورٹس

ہارورڈ یونیورسٹی پریس، امریکہ

رپورٹنگ

للیین راس

سائمن اینڈ شوسٹر، امریکہ

ٹوئنٹیتھ رپورٹنگ ایٹ اٹس بیسٹ

برائس ڈبلیو، رکر

آیووا اسٹیٹ یونیورسٹی پریس، امریکہ

ماڈرن نیوز رپورٹنگ

کارل نیلسن وارن

ہارپر، امریکہ

کیمرہ جرنلزم، رپورٹنگ وتھ فوٹوگرافس

اے، ای، اولے

اے، لیس، بارنس امریکہ

انڈسٹریل اینڈ بزنس جرنلزم

رسل، این برڈ

چلٹن کمپنی، امریکہ

ٹیکنیکس آف فوٹو جرنلزم

ملٹن فین برگ

وائلے انٹر سائنس، امریکہ

نیوز ان پرنٹ

ہومر، اے پوسٹ

ایلین اینڈ بیکر، امریکہ

فوٹو جرنلزم، پکچرس فار میگزینیر اینڈ نیوز پیپرس

آرتھر روتھس، ٹائن

چالٹن بکس، امریکہ

پریس فوٹوگرافر

ٹونی اسپائنا

اے، ایس، بارنیس، امریکہ

فوٹو جرنلزم

ایڈیٹر ٹائم لائف بکس

ٹائم لائف بکس، نیویارک

رپورٹنگ اینڈ رائٹنگ نیوز

وارن، کے، ایجی، فلپ ایچ، آلٹ او رایڈوین ایمیری

امریکہ

جرنلزم ان ماڈرن انڈیا

رولینڈ، ای، اولزلی

ایشیا پبلشنگ ہاؤس، بمبئی

رومانس آف جرنلزم

رجنی بنرجی

انڈسٹری، کلکتہ

دی پریس اینڈ اٹس پرابلمس

مرنال کانتی بوس

سرکار، کلکتہ

جرنلزم

آر، دھارا

انڈسٹری، کلکتہ

دی پریس ان میسور

ڈی، وی گنڈیا

کرناٹکا، بنگلور

نیوز پیپر پریس ان انڈیا

اے، رنگ سوامی آئنگار

بنگلور پریس، بنگلور

جرنلزم ان انڈیا

پیاٹ لوویاٹ

بنا، کلکتہ

فیمس انڈے جرنلسٹس اینڈ جرنلزم

پی، جی، راؤ

کنارا بکس اینڈ نیوز ایجنسی، بمبئی

جرنلزم

سی، ایل آر شاستری

تھیا کر، بمبئی

پریس اینڈ پبلک

سی۔آر، سری نواسن

یونیورسٹی آف ٹراونکور ترونندرم

دی انڈین پریس

مارگریتا بارنس

ایلین اینڈ ان ون، لندن

دی رائز اینڈ گروتھ آف ہندی جرنلزم

رام رتن بھٹناگر

کتاب محل، الہ آباد

اے ہنڈرس آف دی بنگالی

پی این بوس، اور ایچ، ڈبلیو، بی، مورینو

مورینو کلکتہ

دی نیوز پیپر ان انڈیا

ہیمندر پرساد گھوش

کلکتہ یونیورسٹی، کلکتہ

دی انڈین پریس

وشوانا تھ ائیر

پدما پبلی کیشنز، بمبئی

پریس اینڈ پریس لاز ان انڈیا

کے، بی مینن

انڈین سول لبرٹیز یونین، بمبئی

فریڈم آف دی پریس ان انڈیا

نکھل رنجن رائے

جنرل پرنٹرس اینڈ پبلشرز، کلکتہ

جرنلزم ایز اے کیریریسٹ

راؤ عبدالمجید

کمرشیل بک، لاہور

آئی فورگیٹ

کے، ڈی عمر گر

پاپولر بک ڈپو، بمبئی

کیمسلے میونل آف جرنلزم

لارڈ کیمسلے

کیازل، لندن

دی کمپلیٹ جرنلسٹ

ایف، جے میانس فیلڈ

آئزک پٹ مین، لندن

ایکسپلورنگ جرنلزم

رولینڈ، ای، اولز لی اور لارنس، آرکیمپ بیل

پرنٹیس ہال، نیو ریارک

اڈیٹوریل رائٹنگ

لئیل، ایم ا، اسپنسر

ہفٹن مفلن، نیو یارک

آرٹیکل رائٹنگ اینڈ مارکیٹنگ

جارج، ایل، برڈ

رائن ہارٹ، نیو یارک

رائٹنگ اینڈ سیلنگ فیچر آرٹیکلس

ہیلن پیٹرسن

پرنٹیس ہال، نیو یارک

دی میگزین ورلڈ

رولینڈ ایڈگر اولز لی

ایضا

نیوز مین ایٹ ورک

اولز لی اور کیمپ بیل

ہفٹن مفلن بوسٹن

سب ایڈیٹنگ

ایف، جے میانس فیلڈ

آئزک پٹ مین، لندن

ایڈیٹنگ دی اسمال سٹی ڈیلی

رابرٹ نیل

پرنٹیس ہال، نیویارک

ڈیزائن اینڈ میک اپ آف دی نیوز پیپر

البرٹ، اے سٹن

ایضا

ٹیچ یور سیلف جرنلزم

ای،فیر ینک کینڈلن
انگلش یونیورسٹی پریس،لندن

لیٹ نائٹ فائنل
جارج ڈے منڈ
پٹ مین،لندن

جرنلسٹک رائٹنگ
گرانٹ ،یم ہائڈ
ڈی،آ پلٹن،سنچری،نیو یارک

میکنگ نیوز
ٹکمان گے اے
فری پریس نیویارک

ون وے فری فلو
ڈی،آ رمنکسیکر
کلارئن بکس،نئ دہلی

ماس کمیونی کیشن

آر پی ڈاکٹر، جی، ایس پو ہے کراو رالیف، اے، فرنانڈیز

فری پریس نیویارک کلارین بکس، نئی دہلی سیٹھ پبلشرز، بمبئی

سرکیولیشن پرابلمس ان انڈین نیوز پیپرس

ٹی، این ایم لنگم

پریس انسٹی ٹیوٹ آف انڈیا، نئی دہلی

اڈورٹائزنگ اینڈ اسمال نیوز پیپرس

سبرا تا بنرجی

ایضاً

ایشین نیوز ان دی انڈین پریس

چانکیہ سین

ایضاً

اے ہسٹری آف دی پریس ان انڈیا

ایس ہنٹ راجن

ایشیا پبلشنگ ہاوز، بمبئی

نیوسروے آف جرنلزم کمیونٹی

جارج فاکس ماٹ

بارنس اینڈ نوبل، امریکہ

کمیونٹی جرنلزم

بروس، ایم کینیڈی

آیووا یونیورسٹی پریس، امریکہ

ہسٹری آف انڈین جرنلزم

جے ہنٹ راجن

پبلی کیشنز ڈویژن، نئی دہلی

پروفیشنل ٹریننگ آف جرنلسٹس

آر، ڈبلیو، ڈیسماانڈ

یونیسکو، پیرس

دی اسٹریٹ آف انک

کے، ایشوردت

ترویئی پبلشرز، مسولی پٹم

فریڈم آف دی پریس ان انڈیا

پی، جی پردھان

آریہ بھوشن پریس، پونے

دی میموائرز آف اے جرنلسٹ

جے، ایچ، اسٹاکلر

ٹائمز آف انڈیا پریس، بمبئی

جرنلزم ایز اے کیریر

سین گپتا

ماڈرن بک ایجنسی، کلکتہ

پروفیشنل جرنلزم

پتانجلی سیتھی

اوریئنٹ لانگ مین، نئی دہلی

دی انڈین پریس پروفیشن ٹو انڈسٹری

ارون بھٹاچاریہ

وکاس پبلی کیشنز، نئی دہلی

جرنلزم اینڈ پالیٹکس

ایم، چلپتی راؤ

ایضاً

دی جرنلسٹس ہینڈ بک

ایم، وی کامتھ

ایضاً

ماس کمیونی کیشن اینڈ جرنلزم ان انڈیا

ڈی، ایس مہتہ

الائیڈ پبلشرز، نئی دہلی

دی چینجنگ پریس

چینچل سرکار

پاپولر پرکاش، بمبئی

دی کاپی رائٹ ایکٹ

ایس، این بگا

لا بک کمپنی، الہ آباد

(ب) اردو کتب

فن صحافت

چودھری رحم علی الہاشمی

انجمن ترقی اردو (ہند) دہلی

رابطہ عامہ

عرفان صدیقی

مکتبہ جامعہ لمیٹڈ، نئی دہلی

تاریخ صحافت اردو

امداد صابری

صابرہ بک ڈپو، دہلی

ہندوستانی اخبار نویسی (کمپنی کے عہد میں)

محمد عتیق صدیقی

انجمن ترقی اردو (ہند) علی گڑھ

بھارت کا آئین

راج بھاشا کھنڈ، محکمہ وضع قانون، حکومت ہند
ترقی اردو بیورو نئی دہلی

لیتھو گرانی
محمد احید الدین بدایونی
نظامی پریس بدایوں

(ج) دیگر زبانوں کی کتابیں

بزبان ہندی

چتر کار کلا
وشنو دتہ شکلا
شکلا سدن، اناؤ

چتر اور چتر کار

کملاپتی ترپاٹھی اور پی، ڈی ٹنڈن
گیان منڈل، وارانسی

سماچار پتروں کا اتہاس
پنڈت امبیکا پرساد باجپائی
ایضاً

بزبان کنڑی

کستوری سری نواس
سری کر، ایل بھنڈارکر
گیتا ساہتیہ مندر، میسور

ورتہ پتر یکے گلو
ڈی، وی گنڈپا
کرناٹک پبلشنگ ہاؤس، بنگلور

پتریکودیما
ٹی، ٹی، شرما
آل میسور اسٹیٹ جرنلسٹس کانفرس بنگلور

پتر یکو دیما شاسترا

ناڈگ کرشنا مورتی

پرسانگا، میسور یونیورسٹی میسور

---------ختم شد-----------